

Tipo de documento: Tesis de grado

Licenciatura en Ciencia Política y Gobierno

Nuevo populismo de derecha en Argentina: análisis del estilo político de Javier Milei (2021-2022)

Autoría: Contreiras Martínez, Abigail Lourdes

Año de defensa de la tesis: 2023

¿Cómo citar este trabajo?

Contreiras Martínez, A. (2023) "Nuevo populismo de derecha en Argentina: análisis del estilo político de Javier Milei (2021-2022)". [Tesis de Grado. Universidad Torcuato Di Tella]. Repositorio Digital Universidad Torcuato Di Tella
<https://repositorio.utdt.edu/handle/20.500.13098/12191>

El presente documento se encuentra alojado en el Repositorio Digital de la Universidad Torcuato Di Tella bajo una licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Argentina (CC BY-NC-SA 4.0 AR)
Dirección: <https://repositorio.utdt.edu>

UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA

Departamento de Ciencia Política y Estudios Internacionales

**Nuevo populismo de derecha en Argentina:
análisis del estilo político de Javier Milei (2021-2022)**

Alumna: Abigail Lourdes Contreiras Martínez

Tutor: Philip Kitzberger

Julio 2023

RESUMEN

En los últimos años, se ha registrado un avance del populismo de derecha en la arena política a nivel mundial. Latinoamérica no es ajena a este fenómeno, que en Argentina llegó de la mano del economista libertario Javier Milei. Su campaña política para las elecciones legislativas de 2021 basada en una retórica anti-establishment y rupturista respecto del statu quo ha despertado interés en periodistas, académicos y figuras del arco político que comenzaron a referirse a él como un nuevo bastión del populismo en la región. A fines de dicho año, obtuvo los votos necesarios para ocupar una banca en la Cámara de Diputados de la Nación. De acuerdo a la teoría de la inclusión-moderación, su estilo populista debería haberse moderado tras su incorporación al cuerpo político, pero, dado el bajo involucramiento en la labor parlamentaria y sus aspiraciones presidencialistas, se esperaba que dicha hipótesis no se cumpliera. Luego de analizar, bajo la perspectiva de populismo performativo, 170 performances públicas de Javier Milei para el período bianual 2021-2022, se observa que el líder sí ha moderado su estilo político tras asumir su banca como diputado nacional por la Ciudad de Buenos Aires.

Palabras clave: Argentina — Comunicación política — Estilo político — Javier Milei — Populismo de derecha — Populismo performativo

AGRADECIMIENTOS

Un enorme agradecimiento a mi tutor, Philip Kitzberger, por acompañarme en el proceso de elaboración de esta tesis; sus devoluciones ayudaron a mejorar este trabajo. A Javier Zelaznik, quien escuchó la primera propuesta de esta investigación y cuyos consejos me permitieron sentar las bases del proyecto.

Un gracias inmenso también a mis amigas de siempre y a aquellos de la universidad que, en poco tiempo, se convirtieron en casi hermanos. Todos en algún momento escucharon una parte de esta investigación y me alentaron a llevarla a cabo.

Sin dudas, el agradecimiento más grande a mi familia, que me apoyó siempre y me acompañó en cada alegría y frustración que tuve mientras realizaba la investigación. Estuvieron a mi lado incondicionalmente, desde el momento en que elegí esta carrera y postulé a la beca para estudiarla hasta la última oración de esta tesis, y sé que seguirán estando para todos los desafíos y sueños que sigan.

Y una mención especial a mi abuelo José, que siempre me dio la calma para encarar los desafíos, y mi abuela Dominga, de quien heredé mi amor por la política y las letras. Aunque no hayan podido acompañarme en este camino, sé que habríamos celebrado este logro juntos en uno de nuestros tantos almuerzos.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: ¿QUÉ IMPLICA SER POPULISTA? UN CONCEPTO MUY DISPUTADO	4
Una mirada desde la teoría económica	4
Concepciones políticas del populismo	5
Javier Milei y el auge del populismo de derecha en Argentina	9
CAPÍTULO 2: EL ESTILO DE COMUNICACIÓN DE LOS LIDERAZGOS POPULISTAS Y TECNOCRÁTICOS	13
Elementos centrales del populismo performativo	13
El estilo tecnocrático como contracara del populismo	17
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA EVOLUCIÓN DEL ESTILO POLÍTICO	20
Diseño metodológico para el estudio empírico de la evolución del estilo político	20
Corpus audiovisual a utilizar para el estudio	30
CAPÍTULO 4: HALLAZGOS DEL ANÁLISIS EMPÍRICO DEL ESTILO POLÍTICO DE JAVIER MILEI	32
Evolución del estilo de comunicación política del dirigente de La Libertad Avanza	32
Principales prácticas populistas en las performances de Javier Milei	40
REFLEXIONES FINALES	47
BIBLIOGRAFÍA	50

INTRODUCCIÓN

La victoria de Mauricio Macri a fines de 2015, el éxito de la oposición al gobierno de Maduro en las elecciones legislativas venezolanas dicho año, la caída de Evo Morales en Bolivia y el juicio político a Dilma Rousseff en Brasil han incentivado una creciente producción teórica sobre el final del giro a la izquierda que experimentó América Latina desde fines de la década del '90 y principios de los 2000 (Torrico, 2021). La insatisfacción popular con las gestiones económicas y los escándalos de corrupción de los principales dirigentes de la nueva izquierda parecen haber incentivado un ascenso de la nueva derecha en la región (Luna y Rovira Kaltwasser, 2021). Hacia mediados de 2021, la derecha gobernaba Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Paraguay, Perú y Uruguay. En este contexto, han cobrado protagonismo en la escena política líderes de ultraderecha tales como Jair Bolsonaro en Brasil, José Antonio Kast en Chile y Fabricio Alvarado en Costa Rica. Más allá de las particularidades de estos liderazgos, la emergencia de vehículos personalistas de la derecha radical permitió vincular este fenómeno de América Latina con la nueva ola de populismos de derecha del Norte Global, en el que destacan actores políticos como Donald Trump en Estados Unidos, Marine Le Pen en Francia y el partido VOX en España (Monestier, 2021).

En Argentina, la irrupción de la ultraderecha en la arena política se dio de la mano del economista Javier Milei, quien, vía redes sociales, presentó su candidatura a diputado nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en representación del partido La Libertad Avanza en septiembre de 2020. Además de la dimensión programática de marcado corte liberal, su campaña electoral se caracterizó por una fuerte retórica anti establishment en la que presentaba a la “casta política” como auto interesada y completamente ajena a los problemas de la sociedad argentina. En este sentido, a fin de diferenciarse de los partidos tradicionales y canalizar el descontento de la sociedad con la dirigencia política —en un contexto en el que la confianza en los partidos se ubica en torno al 11% (Latinobarómetro, 2021)— recurrió a una división binaria entre el pueblo y la élite. La apelación a esta dicotomía condujo a que otros líderes de la oposición, analistas e incluso periodistas lo vincularan con la nueva ola populista de derecha que emergió en América Latina.

En este contexto, Milei obtuvo 17.03% de votos en las elecciones legislativas de 2021 y se posicionó como la tercera fuerza en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, lo que le valió para

obtener dos bancas en la Cámara de Diputados de la Nación. De acuerdo con la literatura, cabría esperar que, tras haber ingresado a la arena legislativa, el diputado atenuara su estilo populista y su retórica anti establishment en tanto debe negociar con los demás actores del sistema y formar coaliciones para pasar legislación. No obstante, las ambiciones presidenciales del diputado para los comicios del 2023 podrían incentivar tendencias en el sentido contrario, ya que Milei debería explotar aún más su estilo populista para seguir diferenciándose de los partidos tradicionales y, así, capitalizar la insatisfacción de una parte de la ciudadanía con los actores políticos del sistema vigente.

Teniendo esto en cuenta, la presente investigación buscará describir cómo ha cambiado el estilo político de Javier Milei tomando como punto de inflexión su ingreso al Congreso como diputado nacional por la Ciudad de Buenos Aires. El objetivo del trabajo es explorar si las estrategias de comunicación utilizadas por el economista antes de asumir su banca presentaban un carácter más populista que aquellas correspondientes a su primer año de ejercicio como diputado.

A los fines de esta investigación, la tesis cuenta con cuatro capítulos. En el primero, se introduce el estado de la cuestión y se desarrollan cinco aproximaciones teóricas al populismo. Pese a un núcleo duro que reconoce la división antagónica de la sociedad entre el pueblo y la élite, la literatura carece de un consenso respecto a qué constituye dicho fenómeno, por lo que han proliferado diversas teorías que pueden agruparse en cinco concepciones: economicista, ideacional, estratégica, discursiva y performativa. A partir del esbozo de los principales elementos de cada una de ellas, además, se revisa desde qué perspectivas se ha calificado a Javier Milei como un líder populista y se identifica un vacío respecto de los análisis desde la mirada performativa.

Dada la falta de estudios desde esta perspectiva, en el Capítulo 2 se desarrollan los tres elementos centrales del populismo performativo según la propuesta teórica de Benjamin Moffitt: la apelación al pueblo, la construcción de una narrativa de crisis —ambos constituyen el contenido del mensaje— y los malos modales, que hacen referencia a la manera en que se transmiten dichas ideas. Asimismo, se exponen los principales rasgos del estilo tecnocrático que, a los fines de esta investigación, será utilizado como tipo ideal opuesto al populismo.

Por su lado, en el Capítulo 3, se explica el marco metodológico a utilizar para el estudio de la evolución del estilo político. En este sentido, se presenta una tipología elaborada a partir de las características centrales de los dos estilos políticos desarrollados en el apartado anterior que

actúa como guía para el análisis. Cuenta con diez dimensiones que permiten calificar las herramientas utilizadas por el líder como predominantemente populistas o tecnocráticas: (1) tipo de apelación, (2) tipo de explicación, (3) criterio para describir a los adversarios, (4) modo de referirse a los adversarios, (5) tono de voz, (6) gestualidad, (7) lenguaje y vocabulario utilizado, (8) narrativa preponderante, (9) tipo de soluciones propuestas y (10) vínculo con la institucionalidad. En esta sección, se explicita también el corpus empírico sobre el que se realiza el estudio.

En el capítulo 4, se explican los principales hallazgos del análisis empírico. En primera instancia, se expone la evolución de las estrategias de comunicación a las que recurre el líder para presentarse ante la ciudadanía y establecer un vínculo con ella. Los resultados exponen una preeminencia del estilo populista tanto en 2021 como en 2022. Sin embargo, en línea con la teoría de la inclusión-moderación, muestran una leve tendencia a la atenuación a partir de la incorporación de Javier Milei a la Cámara de Diputados. En una segunda sección, se exploran en mayor detalle aquellas estrategias populistas más ampliamente utilizadas por el economista durante el período bajo análisis, dado que este es el estilo predominante en ambos casos.

Por último, en un apartado final, se harán algunas reflexiones generales respecto del trabajo y se plantean posibles líneas de investigación futuras.

CAPÍTULO 1: ¿QUÉ IMPLICA *SER* POPULISTA? UN CONCEPTO MUY DISPUTADO

El populismo constituye uno de los principales fenómenos del siglo XXI. El término se utiliza comúnmente para referirse a los presidentes de izquierda en Latinoamérica, los partidos de derecha en Europa, y los candidatos presidenciales de ambas ideologías en Estados Unidos. Este uso tan abarcativo del concepto por parte de académicos, pero también de periodistas, provoca confusión respecto de su significado (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017).

La literatura exhibe un consenso en torno a sus casos más emblemáticos y un rasgo común a todos ellos: la división binaria de la sociedad entre el pueblo y la élite. Pese a este núcleo analítico, el populismo continúa siendo un concepto muy controvertido y los especialistas no han logrado llegar a un acuerdo respecto a qué significa y quién califica como populista —dado que actualmente se lo suele utilizar como atributo peyorativo para los adversarios políticos (Panizza, 2005). Estas discrepancias redundan en diferentes enfoques y propuestas metodológicas para abordar el tema. Si bien el debate en torno a qué tipo de fenómeno es el populismo es extenso, es posible delinear cinco grandes perspectivas analíticas para su estudio: la economicista, la ideacional, la estratégica, la discursiva y, finalmente, la performativa.

Una mirada desde la teoría económica

El primer enfoque, al que denominaremos economicista, agrupa a todas aquellas propuestas teóricas que definen al populismo como un determinado modelo de organización socioeconómica. Esta perspectiva califica como populista a aquellos gobiernos cuyos programas económicos se caracterizan por políticas de redistribución de recursos y la apelación a instrumentos clientelares para consolidar el apoyo de los sectores populares. Dornbusch y Edwards, principales exponentes de este enfoque junto a Paul Drake, sostienen que “el populismo económico es un enfoque de la economía que destaca el crecimiento y la redistribución del ingreso y menosprecia los riesgos de la inflación y el financiamiento deficitario, las restricciones externas y la reacción de los agentes económicos ante las políticas agresivas ajenas al mercado” (Dornbusch y Edwards, 1990, citado en Estrada Álvarez, 2008, p. 421). De manera similar, Dornbusch y Sachs lo definieron como un tipo de política económica irresponsable que consta de un primer período de gasto financiado por deuda externa y una segunda etapa de hiperinflación e implementación de programas de ajuste (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017). En la misma línea, Kauffman y Stallings (1991) consideran al populismo como un conjunto de políticas económicas que se utilizan para movilizar a grupos organizados

de clase media-baja y trabajadores, obtener el respaldo de la industria orientada al mercado interno y aislar políticamente a la oligarquía rural, las empresas extranjeras y las élites industriales domésticas. Cardoso y Faletto también destacan la centralidad del programa económico en su definición de populismo desarrollista. Se trata, en este caso, de una respuesta a la crisis de legitimidad resultante de la industrialización y la incorporación de las masas al sistema político, que se caracteriza por una alianza política entre fuerzas contradictorias sobre la base de un pacto económico de apoyo a la industrialización, distribución equitativa de ganancias e inclusión gradual de las masas en la vida económica y política (Brenes Barahona, 2011).

Esta concepción dominó, durante la década de 1980 y 1990, los estudios sobre populismos latinoamericanos. A pesar de que sigue siendo muy utilizada por los economistas y periodistas, esta teoría perdió centralidad en las ciencias sociales dada su limitación para abordar los casos de populismos de la región de finales del siglo XX con programas económicos neoliberales. Precisamente como consecuencia de su ascenso en la década de 1990, comenzó a definirse al populismo de forma estrictamente política. Así, a diferencia de la concepción economicista, los cuatro enfoques restantes permiten abarcar la variedad actual de ideologías que exhiben los partidos y líderes populistas. Todos ellos coinciden en que se trata de “un modo específico de competir y ejercer el poder que no depende de una determinada clase de coalición social y que no está condicionada a llevar adelante un único tipo de política económica” (Casullo, 2019, p. 44).

Concepciones políticas del populismo

Partiendo de este consenso mínimo un segundo enfoque comprende al populismo como una estrategia o modo de organización y movilización política utilizada por un actor político para acceder al poder y conservarlo. Wiles, cuyo trabajo Moffit (2022) identifica como uno de los principales antecedentes de este enfoque, resalta que la carencia de organización y disciplina, así como la presencia de un líder fuerte en “contacto místico” con las masas, son dos elementos centrales del populismo. En línea con este autor, Weyland (2001) pone énfasis en la manera en que los líderes buscan consolidar su poder gubernamental mediante el apoyo directo, no mediado ni institucionalizado de un gran número de seguidores mayormente desorganizados. De la misma manera, Freidenberg integra esta noción de movilización desorganizada al definir al populismo como un estilo de liderazgo basado en una relación personalista y paternalista entre el líder y sus seguidores en la que el primero no reconoce mediaciones organizativas o

institucionales y habla en nombre del pueblo al que distingue discursivamente de “los otros” (Brenes Barahona, 2011).

Si bien esta concepción del populismo supera la limitación del enfoque anterior y es mucho más laxo con respecto a qué tipo de ideología pueden presentar los liderazgos, continúa siendo restringido con respecto a las áreas geográficas y contextos en los que pueden desarrollarse los populismos. Teniendo en cuenta que este enfoque exige que los seguidores no se encuentren organizados o socializados en estructuras tradicionales como partidos, entonces, los casos de populismo deberían emerger únicamente en contextos subinstitucionalizados. Este es el caso de gran parte del Sur Global, y particularmente de América Latina y Argentina. No obstante, carece de aplicabilidad para ciertos casos emblemáticos de populismo, como el de Marine Le Pen en Francia, Donald Trump en Estados Unidos o Vox en España, que guardan estrecha relación con algunos liderazgos latinoamericanos como Jair Bolsonaro, José Antonio Kast en Chile y Javier Milei en Argentina.

Asimismo, aunque el enfoque estratégico es limitado en los marcos institucionales que puede estudiar, es mucho más abarcativo respecto a los casos que admite. Esto se debe a que sus características definitorias —la presencia de un líder personalista y un grupo de seguidores desorganizados— puede aplicar a fenómenos no populistas. En esta línea, Hawkins (2010) destaca que las organizaciones y partidos de base religiosa o sindical y los movimientos milenaristas también pueden contar con líderes carismáticos y bajos niveles de institucionalización en sus inicios y, a su vez, proponer un cambio radical en el sistema político. Pese a que evidencian estos dos rasgos, no necesariamente son considerados populistas.

Esta laxitud también caracteriza a una segunda propuesta netamente política. Se trata de la perspectiva ideacional que comprende al populismo como una ideología delgada o *thin-centered ideology* cuyos elementos definitorios son la división de la sociedad en dos campos homogéneos y antagónicos —el pueblo puro y la élite corrupta— y la noción de que la política debe ser la expresión de la voluntad general del pueblo (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017). Este enfoque parte de la clasificación de ideologías, entendidas como “configuraciones distintivas de conceptos políticos que crean patrones conceptuales específicos a partir de un conjunto de combinaciones indeterminadas e ilimitadas” (Moffitt, 2022, p. 32) propuesta por Michael Freedman. Este autor distingue a las ideologías densas —aquellas que atribuyen significados despolemizados a una variedad de conceptos políticos y ofrecen soluciones para los problemas sociopolíticos más relevantes— de las ideologías delgadas, que presentan un

núcleo restringido que alcanza a una limitada variedad de conceptos políticos y son acotadas en sus ambiciones y alcance ideacionales.

El populismo, de acuerdo con Mudde y Rovira Kaltwasser (2017), pertenece a esta segunda categoría dado que no se lo encuentra en estado puro. Recuperan, así, el núcleo analítico consensuado por los científicos sociales y consideran que se trata de una morfología restringida que necesariamente se presenta en conjunto con otras ideologías. De esta manera, esta propuesta permite estudiar el populismo en partidos, movimientos o líderes con posiciones ideológicas heterogéneas, las cuales influyen en la manera de definir a las dos identidades antagónicas del pueblo y la élite. Es precisamente esta adaptabilidad del concepto a casos tan dispares la que inspira críticas vinculadas a su laxitud y poca capacidad explicativa. Esto se debe a que las nociones de pueblo y soberanía popular, fundamentales para esta perspectiva, son elementos centrales en las narrativas de la modernidad política (Panizza, 2009).

Asimismo, el populismo carece de suficiente cohesión interna como para convertirse en una ideología completa o densa como sí pueden hacerlo otras de tipo delgado como el feminismo o el ecologismo. El mismo Freedman ha argumentado que “el populismo no es una ideología sino algo todavía más ‘delgado’, más similar a un discurso, un estilo o una modalidad discursiva” (Freedman, 2017; citado en Moffitt, 2022, p. 33).

En línea con lo argumentado por este autor, parte de la literatura comprende al populismo como un discurso que enfrenta al pueblo con la élite en dos campos antagónicos e irreconciliables. Este enfoque se centra en la manera en que el lenguaje impacta en la forma en que se estructura la política y se construyen las identidades de los actores que en ella intervienen. Uno de sus principales exponentes es el teórico político argentino Ernesto Laclau, quien “entiende al populismo como un tipo de narrativa política performativa cuyo resultado es la formación de identidades políticas mediante la dicotomización del campo político entre un ‘nosotros’ y un ‘ellos’” (Casullo, 2019, p. 45). A través de este discurso político, el líder articula múltiples demandas de diversos grupos sociales en una cadena equivalencial que identifica un culpable común a su insatisfacción. Esta propuesta teórica ha sido cuestionada dado que algunas de sus nociones clave como “significante vacío” o “cadena equivalencial” son difíciles de operacionalizar para realizar estudios empíricos. Frente a esta limitación, otros exponentes del enfoque discursivo excluyen estos conceptos de sus análisis sobre populismo y se enfocan en el carácter polarizante del discurso. En este sentido, estos autores recuperan la

idea laclausiana de que las identidades no están dadas de antemano sino que son construidas por actores políticos a través de la palabra.

En este proceso de dicotomización y redefinición de las identidades políticas, el líder establece una relación carismática con sus seguidores, que responden a su figura antes que a su programa. Como bien expresa Casullo (2019), “los líderes hablan por televisión, conducen programas de radio, pronuncian discursos en las manifestaciones porque deben mantener vivo el apoyo y explicar qué sectores sociales pertenecen al ‘nosotros’ y cuáles al ‘ellos’” (p. 48). Así, sus apariciones públicas no buscan construir un programa ideológico complejo, sino determinar a los aliados y los adversarios.

La propuesta de estos autores permite superar la limitación del enfoque de Laclau en tanto habilita una mayor aplicación para estudios empíricos —de caso y comparados— al trabajar sobre la retórica de los líderes en documentos oficiales y/o transcripciones de discursos públicos. No obstante, esta perspectiva deja fuera de análisis los elementos estilísticos que contribuyen a la transmisión de un mensaje. El conferencista Jürgen Klaric (2018) sostiene que toda conducta en una interacción transmite un mensaje: “a través de nuestras palabras, pero sobre todo, de nuestra entonación, los gestos, las miradas, la postura corporal, los silencios, decimos algo” (p.15). La vestimenta y las acciones de un sujeto también influyen en el mensaje que busca transmitir.

Los factores performativos anteriormente mencionados cobran aún mayor relevancia para los populistas dado que potencian la dimensión más afectiva propia de este fenómeno. Tal como destaca Moreno Barrenche (2019), “en lugar de escoger o neutralizar el cuerpo del líder a través del respeto de lo que se considera ‘normal’ en política, se elige mostrarlo de un modo enfático o provocador” (p. 77). Por tal motivo, una corriente de la literatura sobre populismo, denominada sociocultural o performativa, ha decidido incorporar estos elementos estilísticos a sus investigaciones. En lugar de concebirlo como un discurso, estos autores lo definen como un estilo político, es decir, un conjunto de “repertorios de actuación que son usados para crear relaciones políticas” (Moffitt y Tormey, 2014, p. 387). De este modo, el populismo deja de ser una propiedad inherente a un determinado actor político, como puede ser su ideología, sino un atributo del mensaje y una herramienta comunicativa al alcance de los líderes. En esta misma línea, Ostiguy (2020) sostiene que el populismo no es un conjunto de ideas, sino una manera de presentarlas y de relacionarse con un público determinado que “transmite mucho más ‘contenido’ políticamente que un programa típico” (p. 30). Esa forma de comunicación se basa

en una “ostentación de lo bajo”, es decir, los valores, experiencias y modos de vida del pueblo que el líder busca encarnar. Al apelar performativamente a un pueblo auténtico y sufriente, el líder logra consolidar un vínculo personalista con sus seguidores y asegurar su lealtad.

Por lo anteriormente expuesto, este enfoque, no sólo es aplicable a estudios empíricos, como la perspectiva discursiva, sino que, además, permite superar la limitación de dicha propuesta en tanto permite analizar una dimensión de la comunicación que es central en los tiempos modernos con alta mediatización. Asimismo, incorpora un clivaje que trasciende la tradicional división entre izquierda-derecha y organiza el escenario público actual: la división entre la “alta” y la “baja política”. En países como Argentina, estas categorías pueden ser incluso más determinantes que el clivaje izquierda-derecha para presentarse ante los votantes y formar alianzas políticas (Ostiguy, 2020).

Javier Milei y el auge del populismo de derecha en Argentina

El 26 de septiembre de 2020, Javier Milei lanzó, a través de un vivo de Instagram, su candidatura como Diputado Nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para las elecciones legislativas 2021. En dichos comicios, obtuvo un 17,03% de votos lo que le permitió a su espacio obtener dos bancas en el Congreso: una para él y otra para la abogada Victoria Villarruel. Para lograr estos resultados electorales, el economista llevó adelante una campaña basada en propuestas libertarias y anarcocapitalistas —tal como él mismo se define— y una fuerte retórica anti establishment. Este último aspecto, sumado a las promesas de soluciones simplistas y los posteriores sorteos de su dieta, llevó a que periodistas, dirigentes y analistas políticos se refieran al economista libertario como un líder populista de derecha. Pese a este relativo consenso, la discusión en torno a la consideración de Milei como una expresión de dicho fenómeno exhibe, hasta la fecha, la apelación a perspectivas muy diversas.

Si bien la mayoría se centró en la dimensión discursiva, algunos análisis adoptaron una mirada economicista a fin de negar el carácter populista del dirigente libertario. Sin embargo, como se mencionó previamente, esta perspectiva teórica ha perdido centralidad y exhibe fuertes limitaciones tras el auge de los populismos de derecha o neoliberales de finales del siglo XX. Por tal motivo, esta concepción carece de capacidad explicativa para estudiar al líder de La Libertad Avanza.

No obstante, la amplia mayoría de artículos periodísticos y análisis académicos que catalogan a Milei como un líder populista se han concentrado en su retórica. Dirigentes de la

coalición de Juntos por el Cambio —Mauricio Macri, María Eugenia Vidal, Emmanuel Ferrario, Fernando Iglesias, Martín Lousteau, entre otros— se han encargado de señalar el carácter dicotomizador del discurso del economista y la consecuente simplificación de los desafíos que atraviesa el país (Clarín, 2022; La política online, 2022, Pelliza, 2022; Corta, 2022; BAE Negocios, 2022; Diario Jornada, 2022). Sus alocuciones buscan apelar al descontento de la población en un país en el que la confianza en los partidos políticos ronda el 11%, según datos del informe Latinobarómetro 2020. La atribución de la insatisfacción de las demandas a la “casta política” y la proposición de soluciones sencillas y rápidas que llegarían con su mero triunfo electoral —como si de un Mesías se tratase—, condujo a que figuras políticas del arco opositor lo presentasen como un típico caso de populismo de derecha.

Desde la Academia también han catalogado a Javier Milei, a partir de sus discursos, como un liderazgo populista. De acuerdo con el historiador Loris Zanatta, a pesar de que en la oposición prevalece un discurso republicano, Milei presenta rasgos populistas muy fuertes (La Voz, 2022), una tendencia también destacada por los politólogos Vicente Palermo (2022) y Juan Negri (Ana Delicado Palacios, 2021). En la misma línea, la politóloga y escritora liberal Antonella Marty, explicó que el discurso de Milei “se ve en varias partes del mundo, es un fenómeno que viene a estar asociado abiertamente con la derecha nacional populista, que no tiene nada de liberal” (Radio Mitre Rosario, 2021). Por su lado, Roberto Cachanosky (2023), periodista y economista liberal, explicó que “Milei tiene todo el perfil de un populista de derecha. Es más, utiliza el mismo tipo de argumentos que Cristina Fernández de Kirchner o cualquier otro populista. Lo típico es que un populista inventa un enemigo, una víctima de ese enemigo y el populista se presenta como el salvador del pueblo sometido”.

La relación cercana que mantiene el actual diputado de La Libertad Avanza con otros gobiernos populistas de ultraderecha —como el ex presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, el candidato a presidente chileno José Antonio Kast y el partido español Vox—, refuerza la hipótesis anterior. Fue, de hecho, Eduardo Bolsonaro, hijo del ex mandatario brasileño, quien apoyó la candidatura y carrera política de Javier Milei en más de una oportunidad.

A pesar de cierto consenso desde una mirada política del populismo que encarna Javier Milei, son escasos los argumentos de dirigentes y análisis que trascendieron la dimensión netamente discursiva. En algunos artículos periodísticos o intervenciones de académicos como Marcos Novaro y Beatriz Sarlo se ha hecho referencia a elementos performativos de sus apariciones públicas en el marco de una estrategia de comunicación. En este sentido, la

periodista y ensayista resaltó “la exageración y los gritos” como dos elementos centrales de la estrategia de Milei para generar un vínculo con las masas (Sarlo, 2022), mientras que Novaro (2022) puso mayor énfasis en la utilización de insultos y malos modales como ejes de su campaña electoral para las elecciones legislativas de 2021. No obstante, como se explicó anteriormente, la mayor parte de los análisis sobre el economista desestiman estos elementos estilísticos para darle mayor preponderancia al contenido de su mensaje.

Asimismo, todas estas evaluaciones se han concentrado fundamentalmente en definir si Javier Milei constituye o no un caso de populismo. Sin embargo, no se han detenido a analizar si hubo variaciones en su grado de populismo a lo largo del tiempo. Quienes aplicaron los enfoques economicista e ideacional para sus análisis conciben al populismo como un fenómeno binario —es decir, que sólo se limitan a establecer si un actor político particular es o no es populista—, pero quienes se inscriben bajo las concepciones discursiva y performativa contemplan la posibilidad de que el discurso o estilo populista del líder varíe en términos de frecuencia e intensidad (Moffitt, 2022). Pese a esto último, esta dimensión gradacional está ausente en la mayoría de los artículos y análisis anteriormente citados.

Teniendo en cuenta que los discursos dicotomizadores que enfrentan al pueblo y una élite, al igual que un estilo exaltado que canalice el descontento popular, constituyen herramientas útiles durante la etapa agonal de la política —es decir, para competir en elecciones y atraer votos— cabe preguntarse cómo evolucionan una vez que el actor político que acude a ellas gana las elecciones y se incorpora al sistema político (Laríá Rajneri, 2021). La teoría de la inclusión-moderación (inclusion-moderation thesis) establece que, tras involucrarse en el ejercicio político cotidiano, los líderes populistas se ven obligados a moderar su discurso o estilo político. Ante la necesidad de negociar con otros actores del sistema para aprobar legislación y ocupar cargos en gabinetes en el caso de gobiernos de coalición, los populistas comienzan a enfrentar dificultades para mantener su perfil como outsiders y su retórica anti establishment (Krause y Wagner, 2019; Schwörer, 2021).

Siguiendo esta teoría, cabría esperar que Javier Milei exhiba una mayor moderación luego de asumir su banca en la Cámara de Diputados. La falta de trabajos que se focalicen en este aspecto deja un vacío que la presente investigación pretende explorar. Esta tesis estudia si efectivamente el líder moderó su estilo político tras haber asumido su banca en el Congreso, tal como supone la teoría de la inclusión-moderación o si no ha habido cambios en dicha dirección. Dado que Milei ha decidido presentarse como precandidato a la presidencia para los

comicios nacionales de 2023 —en un contexto de fuerte desencanto con las dos principales coaliciones del sistema—, debe intentar mantener su perfil outsider para continuar diferenciándose tanto del Frente de Todos como de Juntos por el Cambio. A priori, esto podría suponer una tensión entre sus aspiraciones presidenciales y su rol como legislador que pone en jaque la moderación prevista por la teoría. Sin embargo, no debe desestimarse la posibilidad de que un cargo legislativo sea utilizado como un espacio de mayor visibilidad para extender el alcance de actuaciones populistas. Además, el ejercicio legislativo no necesariamente exige un alto grado de involucramiento y compromiso gubernamental lo suficientemente fuerte como para relegar a un segundo plano sus ambiciones presidenciales. Por tal motivo, esta tesis propone la siguiente hipótesis:

El estilo de comunicación populista de Javier Milei no se ha moderado desde su jura como miembro de la Cámara de Diputados de la Nación.

Dada la mencionada relevancia de los recursos estilísticos para los líderes populistas en el marco de una democracia de audiencias altamente mediatizada y la escasez de análisis bajo la mirada performativa, se utilizará aquí esta perspectiva para estudiar de qué manera ha evolucionado el estilo populista de Javier Milei tras su ingreso al Congreso.

CAPÍTULO 2: EL ESTILO DE COMUNICACIÓN DE LOS LIDERAZGOS POPULISTAS Y TECNOCRÁTICOS

Antes de avanzar con el estudio de las variaciones en el estilo populista de Javier Milei a lo largo del tiempo, es necesario comprender en mayor profundidad los elementos centrales del enfoque performativo que se utilizará en este trabajo. Uno de los principales exponentes de esta perspectiva es el investigador australiano Benjamin Moffitt, quien, mediante un análisis inductivo de los casos más emblemáticos, identificó tres rasgos centrales del populismo: apelación al pueblo en contraposición a la élite, construcción de una narrativa de crisis o amenaza y, finalmente, malos modales. Los dos primeros elementos refieren fundamentalmente al contenido del mensaje, mientras que el último hace alusión a la manera en que se transmiten los contenidos en cuestión. Cada uno de estos elementos es necesario para que un liderazgo pueda ser considerado populista, pero no suficiente por sí solo: los tres se encuentran estrechamente vinculados entre sí y deben hallarse de manera conjunta en los repertorios y actuaciones del actor político a analizar (Moffitt y Tormey, 2014).

La presencia de estos tres elementos define al estilo populista y lo diferencia de lo que Moffitt denomina el estilo tecnocrático — que, como contracara del primero, también presenta los tres rasgos definitorios contrarios: apelación al conocimiento experto, configuración de una narrativa de estabilidad y progreso y buenos modales. Ambos modelos de comunicación actúan como tipos ideales que pueden encontrarse de forma matizada y constituyen los dos extremos de un continuo a lo largo del cual se ubican los distintos liderazgos según sus características principales y las estrategias utilizadas para presentarse públicamente. De esta manera, se puede evaluar distintos grados de populismo entre casos diversos, así como también variaciones intertemporales como las que se pretenden estudiar en esta investigación.

Elementos centrales del populismo performativo

Como se mencionó anteriormente, a la hora de estudiar el estilo de comunicación de un líder populista, es necesario tener en cuenta tanto el contenido del mensaje como la manera en que se lo transmite.

En línea con las demás concepciones de populismo explicadas en el capítulo previo, la apelación al pueblo y su oposición a una élite es uno de los rasgos centrales del populismo y constituye aquí un contenido central del mensaje que el líder busca transmitir. Teniendo en cuenta que las identidades políticas no están dadas, sino que se construyen a partir de las

actuaciones de los líderes, el pueblo no sólo es la audiencia primaria de los actores populistas, sino también el sujeto que buscan constituir (Moffitt, 2022). Para constituir la identidad de un grupo, es necesario trazar una delimitación que aglutine a ciertos individuos bajo una etiqueta común y los diferencie del resto. En ausencia de este borde, no podrían existir las identidades grupales. Por tal motivo, a la hora de construir al pueblo —que es un sujeto imaginario y cambiante en tanto su composición no es fija ni predeterminada de manera objetiva—, el líder populista debe oponerlo a un “otro”, una élite, no necesariamente política. Lo que distingue a ambos sujetos colectivos es que este segundo grupo ha sacado ventaja, perjudicado y/o traicionado al primero. De esta manera, el pueblo se define, no tanto por su homogeneidad ya que está lejos de ser un cuerpo monista, sino por su diferenciación con respecto a una élite causante de sus males. Como bien indica Taggart (2000), “los populistas en general están más seguros de lo que no son que de lo que son”.

Para lograr esa dicotomización y reducir el campo político a la oposición de dos identidades políticas, el líder populista, a su vez, debe evocar a y construir una situación de emergencia. Esta narrativa de crisis, que representa el otro eje central del mensaje populista, puede atribuirse a múltiples factores dependiendo del contexto local en el que surjan este tipo de liderazgos. Así, en los casos de los populismos latinoamericanos de izquierda, en general, la crisis se asocia a la injerencia extranjera y los grandes capitales, mientras que los populismos de derecha de Europa y Estados Unidos se la suele vincular con la inmigración. En la mayoría de las ocasiones, sin embargo, las raíces de esa crisis pueden rastrearse en una ruptura en el vínculo entre los ciudadanos y sus representantes. Es precisamente esta “crisis de representación” la que abre una ventana de oportunidad para el ingreso de outsiders, que canalizan el descontento de la población, al sistema político. Tal como subraya Kenneth Roberts (1995), los populismos “surgen con mayor fuerza en contextos de crisis o de profunda transformación social, cuando los patrones de autoridad preexistentes o los referentes institucionales pierden su capacidad para estructurar el comportamiento político y las identidades de los sectores populares” (Roberts, 1995; citado en Moffitt, 2014, p. 192). En esta misma línea, los enfoques discursivo y estratégico argumentan que las crisis proveen una oportunidad y son una precondition necesaria para la emergencia de liderazgos populistas.

No obstante, en palabras de Moffitt (2014), “las crisis son lo que hacemos de ellas” (p. 195). Esto se debe a que, si bien las condiciones objetivas que asociamos con una crisis tienen existencia real, su consideración como tal es un proceso de construcción mediante la palabra. Una falla o problema del sistema sólo puede ser elevado a la categoría de crisis cuando se lo

representa de esa manera a través del discurso y la actuación de un líder político. Siguiendo esta mirada, la crisis es aquí entendida como un rasgo interno del populismo y no sólo como una variable explicativa externa al fenómeno. Los líderes populistas no sólo reaccionan ante las condiciones objetivas de la crisis, sino que actúan de manera tal de crear, extender y perpetuar esa sensación de emergencia entre la ciudadanía a la que apela.

Para generar y sostener esta narrativa de crisis, el líder primero debe identificar una falla y atraer la atención hacia ella, por lo que suelen recurrir a problemas que ya forman parte de la agenda pública. Una vez identificado el problema, lo ubican en una estructura más amplia para que sea interpretado por la ciudadanía como el síntoma de un problema de mayor alcance y dimensión. Así, la falla particular se eleva al nivel de una crisis y permite instalar la sensación de emergencia en la población. La multiplicación de fallas que se presentan y asocian a un mismo marco refuerzan la noción de crisis, para la cual es necesario encontrar un culpable. Es en este punto en el que este elemento del discurso y estilo populista se vincula con el anteriormente desarrollado. A la hora de atribuir responsabilidad, el populista busca culpar por la crisis a la élite que delimita la identidad del pueblo y de la que él alega no formar parte. En este sentido, en la retórica del líder, la élite es quien diseña, promueve y defiende las políticas que benefician a un grupo minoritario y conllevan a la crisis generalizada que daña al pueblo. Construir una sensación de emergencia le ofrece, así, razones aparentemente objetivas para atacar a la élite, a la cual considera un enemigo, sin que las referencias a ella sean interpretadas como una acción discriminatoria injustificada (Moffitt, 2014). La multicausalidad de los problemas que aquejan a la sociedad es minimizada para apuntar directamente contra el enemigo del pueblo.

En este marco, y luego de extender la sensación de emergencia a través de distintos medios, el líder debe presentarse a sí mismo como el único capaz de enfrentar la crisis. Para concretar este objetivo, puede valerse de una multiplicidad de herramientas tales como ofrecer soluciones simples y directas a los problemas. De esta manera, los populistas se presentan ante la ciudadanía como actores enfocados en la crisis inminente y preparados para actuar en consecuencia. Alineados detrás de este perfil cuasi mesiánico, estos actores políticos también abogan por una simplificación de los procesos e instituciones políticas para llevar a cabo sus soluciones simplistas con urgencia. Por tal motivo, suelen apelar a la idea de que el sistema político imperante ha sido corrompido y señalan a cualquier institución intermediaria como limitante de la capacidad de acción del líder (especialmente si no han sido elegidas por voluntad popular) y, por ende, resulta necesario eliminarlas (Moffitt, 2014).

Por lo previamente explicado, la creación de una sensación de crisis le permite al líder articular las dos identidades políticas propias del populismo. Ambos elementos constituyen, en conjunto, el contenido del mensaje polarizante y de emergencia que busca transmitir para canalizar el descontento de la población con los partidos tradicionales.

Ahora bien, como se mencionó al comienzo de este capítulo, la manera en que se transmite el mensaje es tan relevante como su contenido en sí mismo. La manera de actuar en política y de presentarse públicamente tiene la capacidad de reforzar el contenido del mensaje y se vuelve fundamental para fortalecer el vínculo entre el líder y el pueblo en tanto el primero buscará apelar a emociones y experiencias plebeyas para lograr que el segundo se identifique con él. Para ello, no sólo se presentarán con modos de actuar y de expresarse propios del pueblo, sino que también buscarán distanciarse de las convenciones y formalidades de la política fuertemente asociadas a la élite responsable de la crisis que enfrenta la sociedad. De hecho, “gran parte del atractivo de los populistas proviene de su desprecio por las formas ‘apropiadas’ de actuar en el ámbito político” (Moffitt y Tormey, 2014, p. 392). Esta desviación de las prácticas políticamente correctas es lo que Moffitt (2022) denomina malos modales, el tercer elemento central del enfoque performativo.

En palabras de Ostiguy (2020), se trata de una ostentación de lo bajo, de las prácticas, modos de vida, valores y costumbres del pueblo. De este modo, “el populismo es así casi siempre transgresor: de la forma ‘adecuada’ de hacer política, de la conducta pública adecuada, o de lo que puede o debe decirse públicamente” (Ostiguy, 2020, p. 39). Esta manera de actuar le ofrece al líder la oportunidad de presentarse a sí mismo como un outsider político que encarna la voz de la gente común y un héroe del pueblo traicionado por la élite. La manera en que se presenta el cuerpo y se utilizan las normas lingüísticas permite generar un efecto de ruptura con los modos tradicionales de la política, por lo que, a partir de este mecanismo que trasciende la palabra, entonces, el líder termina de constituir las identidades antagónicas mencionadas anteriormente (Moreno Barreneche, 2019). Asimismo, la desviación respecto de las formas clásicas de la política y el rechazo hacia las normas y los procesos contribuye a perpetuar una sensación de crisis en tanto el desprecio por la institucionalidad que exhibe el líder fortalece el sentimiento de urgencia que acompaña inevitablemente a las situaciones de emergencia.

Estos malos modales, utilizados para lograr que el estilo político adquiriera un carácter transgresor y reivindicativo, se manifiestan a través de una amplia diversidad de recursos performativos como la vestimenta, los gestos, el tipo de lenguaje utilizado, el tono de voz, etc.

(Ostiguy, 2020). La forma específica que adoptan depende, al igual que sucede con la sensación de crisis, de las circunstancias específicas en las que surgen los populismos. Es decir que, teniendo en cuenta que su finalidad es generar una identificación con la cultura plebeya local y reforzar una sensación de crisis mediante una “espectacularización” de las demandas insatisfechas varían según los modos de vida, experiencias, emociones y costumbres arraigadas en cada sociedad en particular.

El estilo tecnocrático como contracara del populismo

Como se mencionó al inicio de este capítulo, los tres rasgos centrales del estilo populista permiten distinguirlo de otros modelos de comunicación y, en particular, del estilo tecnocrático. Este último, contrario al populismo, se caracteriza por una apelación al conocimiento experto que trasciende cualquier clivaje, la construcción de una narrativa de estabilidad y progreso y la utilización de buenos modales.

En lo referente a contenido, aquellos actores que adoptan este estilo de comunicación le dan mayor énfasis a la búsqueda eficiente de soluciones mediante conocimiento experto que a la lucha por la atribución de responsabilidad y la consecuente dicotomización del campo político en dos grandes identidades antagónicas. En este sentido, el estilo tecnocrático pone el foco en la racionalidad de los procesos políticos frente a la dimensión afectiva propia del populismo. Su mensaje gira en torno al diseño metódico y la formulación de políticas públicas sobre la base de evidencia y cálculos racionales de costo-beneficio, riesgo y factibilidad. La presentación de un programa político articulado en base a la evidencia y las recomendaciones de expertos en las temáticas a abordar constituye la piedra angular de la retórica de los líderes que optan por este estilo de comunicación. En este marco, el rol del expertise y el conocimiento técnico cobra mayor relevancia que la atribución de responsabilidad y la demonización de un determinado sector. “La mentalidad tecnocrática, según Radaelli, considera que el análisis y conocimiento racional producen soluciones eficientes que deben ser aceptadas por todos aquellos de buena voluntad, a la vez que se mantiene escéptica respecto del beneficio del conflicto político para la deliberación” (Farrand y Carrapico, 2021 p. 152).

Como consecuencia de lo anterior, los líderes que adoptan este estilo de comunicación no tienen la necesidad de dicotomizar el escenario político y enfrentar al pueblo y la élite. Por tal motivo, el líder tampoco se ve en la obligación de generar una sensación de crisis y emergencia para la que sólo él cuenta con la solución como si de un Mesías se tratara. Por el contrario, en estos casos, su reivindicación al conocimiento experto en sus apariciones públicas está

acompañada de narrativas de estabilidad y progreso. En lugar de recurrir a las emociones de los ciudadanos y el miedo a una crisis, el estilo tecnocrático apela a la racionalidad como una herramienta eficiente para evitar shocks o situaciones de emergencia. La planificación estratégica, la toma de decisiones basadas en evidencia y el expertise a la hora de diseñar políticas públicas para abordar los problemas a los que se enfrenta una sociedad permiten prevenir y/o mitigar lo que, en la sección anterior, mencionamos como las condiciones objetivas de una crisis (Farrand y Carrapico, 2021). El atractivo del líder que aplica este estilo de comunicación proviene precisamente de su capacidad para demostrar que sus propuestas, basadas en un análisis y cálculo racional, pueden resolver las demandas de los ciudadanos y los principales desafíos políticos, económicos y sociales de una sociedad. Por ello, sus discursos están lejos de magnificar y “espectacularizar” una narrativa de crisis, como sí sucede en el caso de los populismos.

Asimismo, ya que el líder no debe construir una sensación de crisis que convoque a la acción inmediata y no mediada, el desprecio por los procesos y formalidades políticas, así como también por las instituciones es un elemento ausente en este estilo. En oposición a los actores populistas, estos líderes, en línea con la importancia que le otorgan a los procedimientos y el método, abogan por el cumplimiento de las normas, leyes y procesos de gobierno. Su adhesión a las reglas y las formalidades de la política refuerzan la comunicación razonada que pretenden llevar adelante. Así, los buenos modales, como factor central del estilo tecnocrático, permiten transmitir la información de manera neutral, sin apelación a las pasiones de la ciudadanía ni alusiones valorativas hacia un determinado sector, como sucede con la élite fuertemente atacada en los populismos. Teniendo en cuenta que, como se explicó, los actores que adoptan este estilo procuran evitar el conflicto ideológico-político —aduciendo principios de objetividad y racionalidad—, en sus performances públicas, los líderes no buscarán reforzar antagonismos. Esto los releva de la necesidad de presentarse a sí mismos como diferentes y ajenos a una élite, ni de buscar generar un vínculo cercano con el pueblo al que busca defender. Podría argumentarse, en este sentido, que su legitimidad no nace de su condición de outsider anti-establishment, sino precisamente de su apego al sistema institucional y sus reglas de juego. De este modo, la autoridad del líder adopta un carácter mucho más impersonal y legalista: el líder no importa tanto por sí mismo ni su condición plebeya, sino por su adecuación al marco legal e institucional en el que se desenvuelve (Farrand y Carrapico, 2021; Ostiguy, 2020).

Tomando como referencia todo lo anterior, el siguiente cuadro resume los principales rasgos de ambos estilos, como tipos ideales.

Cuadro 1. Elementos centrales de los tipos ideales de comunicación política populista y tecnocrática

	Estilo populista	Estilo tecnocrático
Tipo de interpelación	Apelación al pueblo y enfrentamiento a la élite enemiga	Apelación al conocimiento experto y evasión del conflicto político
Narrativa predominante	Construcción y espectacularización de una narrativa de crisis y amenaza	Construcción de una sensación de estabilidad con narrativas de continuidad y progreso
Modales y vínculo con la institucionalidad	Malos modales y desprecio por las formalidades políticas	Buenos modales y apego a las normas y el marco institucional

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA EVOLUCIÓN DEL ESTILO POLÍTICO

El estilo político de los líderes puede variar a lo largo del tiempo. Como se explicó previamente, la teoría de la inclusión-moderación supone que, cuando los actores entran al sistema y se ven envueltos en las negociaciones diarias de la política partidaria, su estilo de comunicación tiende a la moderación. Tomando los tipos ideales descritos en el capítulo anterior, cabría esperar que, conforme el líder populista se involucre en el ejercicio político, su estilo de comunicación adopte progresivamente un carácter más tecnocrático.

Específicamente, en esta tesis, se busca evaluar si el estilo político de Javier Milei con rasgos populistas adquirió un tinte más tecnocrático al involucrarse en la política partidaria y el debate parlamentario. Con este objetivo en mente, la presente investigación se propone llevar adelante un análisis cualitativo, a partir de la revisión de sus apariciones públicas durante el período bianual 2021-2022, para determinar si las estrategias utilizadas por el dirigente libertario se acercan más a un estilo tecnocrático tras su asunción como diputado nacional por la Ciudad de Buenos Aires. No se pretende aquí medir el grado específico de populismo en cada período, sino categorizar las herramientas discursivas y estilísticas utilizadas por el dirigente libertario en base a su carácter tecnocrático o populista. De esta manera, se podrá determinar cuál es el estilo predominante en cada período y realizar una comparación intertemporal.

Diseño metodológico para el estudio empírico de la evolución del estilo político

A los efectos de este trabajo, como se mencionó, lo interesante es analizar si Javier Milei apela en mayor medida a estrategias populistas o tecnocráticas en sus apariciones públicas y cómo la utilización de uno y otro estilo ha variado en el tiempo. En el capítulo anterior, se describieron los rasgos centrales de los estilos populistas y tecnocráticos como tipos ideales. Tomando como base dicha caracterización, se elaboró una tipología con diez dimensiones que guiarán el análisis empírico de la evolución del estilo político del dirigente libertario. A partir de ella, se categoriza el repertorio de instrumentos discursivos y performativos utilizados por el líder como propios de uno u otro estilo.

a) Tipo de apelación

En primer lugar, como ya se destacó múltiples oportunidades a lo largo de este trabajo, uno de los rasgos definitorios del populismo —y que comparten todas sus concepciones políticas— es la apelación al pueblo y su oposición respecto a una élite. Por tal motivo, se lo utilizará como

una primera dimensión para evaluar el estilo político de Javier Milei. En este sentido, cuando en sus discursos haga referencia a dicha relación antagónica, se lo considerará como una actitud más confrontativa, propia de un estilo populista. Caso contrario, se considerará que el líder adopta una actitud más conciliadora y busca apelar a un estilo más tecnocrático en el que evitar confrontar abiertamente con sus adversarios para constituir las dos identidades en cuestión.

Más específicamente, se tomarán como indicadores los siguientes tres elementos. Por un lado, para identificar el estilo populista se tendrá en consideración si el líder hace mención explícita a la división dicotómica entre el pueblo —a quien presenta como portador de atributos positivos— y la élite política a la que lo enfrenta. En la misma línea, también se contemplará si, sin oponer directamente a ambos actores, recurre en sus discursos al uso del término peyorativo de “casta”, “corporación” u “oligarquía” para referirse a los políticos como una minoría privilegiada y victimaria. Ambos elementos actuarán como indicadores del estilo populista. Por otro lado, además de la ausencia de los factores señalados, se tomará como indicador del estilo tecnocrático la apertura al diálogo dirigida hacia algunos sectores políticos. Los líderes populistas delimitan y marginalizan a la élite que enfrentan por lo que no dejan posibilidad de negociación o convivencia con ellos en tanto la realización del pueblo al que buscan encarnar depende de la identificación y eliminación de su enemigo. En consecuencia, signos de apertura hacia miembros de dicha élite marcan un alejamiento respecto del estilo populista, por lo que se interpretará aquí como un indicador del estilo tecnocrático en el que el debate de ideas trasciende distinciones ideológicas y/o éticas aparentemente irreconciliables.

b) Tipo de explicación/justificación

En segundo lugar, y vinculado a la dimensión anterior, se tendrá en cuenta si las explicaciones del dirigente se basan en cálculos racionales y evidencia o si, por el contrario, adquiere un carácter más dogmático o ético. En el capítulo precedente, se explicó que el estilo tecnocrático prioriza la racionalidad frente a los afectos y las emociones en la política. La presentación de estadísticas o evidencia empírica y la demostración de expertise en el área que se está tratando constituyen, así, aspectos centrales de los discursos de los líderes que adoptan dicho modelo de comunicación. En cambio, quienes adoptan un estilo populista se centran más en las emociones y pueden apelar a ellas, entre otras maneras, mediante el apoyo hacia ciertas ideologías que transmitan determinados valores. En el caso de Javier Milei, en sus alocuciones históricamente apeló a la libertad y la propiedad sobre uno mismo como valores inviolables y,

por ende, se ha erigido como un claro defensor del liberalismo —en especial en el ámbito económico— y detractor del socialismo.

Partiendo de esta base, cuando el líder explique la coyuntura o justifique su posición o políticas en base a la defensa o ataque a otra ideología se considerará aquí que se acerca más a un estilo populista. De la misma manera, cuando el líder justifique su accionar, percepciones o propuestas en base a postulados de referentes y reconocidos exponentes de la tradición liberal libertaria —como Friedrich August von Hayek, Ludwig von Mises o el argentino, Alberto Benegas Lynch (hijo)— se computará como un indicador de este mismo modelo de comunicación. A modo de ejemplo, se tomará la siguiente frase pronunciada por el diputado en una entrevista de televisión: “¿Cómo vas a defender el socialismo si está basado en la envidia, en el odio, en el resentimiento, el trato desigual frente a la ley, el asesinato?”. De acuerdo con la tipología utilizada —y dado que, en lugar de hacer alusión a alguna estadística o conocimiento experto, su mensaje embiste directamente contra una ideología para despertar ciertas emociones— una intervención de tales características constituye un indicador de populismo. De la misma manera, cuando se explique un determinado curso de acción a partir de cuestiones éticas como su moralidad o inmoralidad, también se tomará aquí como una expresión de un estilo populista. Es decir, si el dirigente apela mayoritariamente a referencias o principios ideológicos y/o axiológicos para sustentar sus posiciones públicamente, se considerará aquí como un indicador de un estilo populista, independientemente de aquello que está buscando justificar.

Por el contrario, cuando el líder sustente sus explicaciones a partir de indicadores macroeconómicos ampliamente difundidos, estadísticas de acceso público y cálculos basados en tales datos, y documentos o recomendaciones de organismos nacionales o internacionales de prestigio, se interpretará que está apelando a una explicación de carácter racional. En este sentido, por ejemplo, en un programa televisivo, citó un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo para argumentar su propuesta de reducir el gasto público y limitar una “fuente de robo de los políticos”: “Hay un trabajo del BID que muestra que la ineficiencia técnica del gasto público en la peor región del mundo, que es América Latina, es 4,4% del PBI. ¿Sabés cuánto tiene Argentina? 7,2%. Y de ese 7,2%, hay 5 puntos del PBI que se llama filtraciones”. El líder busca aquí justificar su postura a partir de evidencia empírica —un rasgo que, como se mencionó anteriormente, guarda correspondencia con el estilo tecnocrático— de modo que será computado como un indicador de dicho modelo. Nos es relevante, en esta dimensión, qué es lo que se está intentando justificar: es decir, así como veremos más adelante que puede expresar

un mensaje populista con un tono de voz catedrático propio del estilo tecnocrático y la corrección política, puede aquí justificar una posición populista apelando a un rasgo tecnocrático como el citado de estadísticas.

c) Criterio para describir a los adversarios

La tercera dimensión a considerar guarda estrecha relación con este último punto. Se trata del criterio que utiliza el líder para evaluar y describir a sus adversarios. A los efectos de esta tesis, se presentan aquí dos posibles parámetros: moral y epistémico. El primero caracteriza al estilo populista en tanto los dirigentes que adoptan este modelo de comunicación exhiben una cosmovisión maniquea. Se entiende por maniqueísmo una tendencia a reducir la realidad a una oposición entre lo bueno y lo malo. Esta manera de entender el mundo se caracteriza por una distinción de tipo moral, por lo que, cuando el líder describa a sus adversarios en estos términos, se lo computará como un instrumento típicamente populista. A modo de ejemplo, en una entrevista para el programa “Sólo una vuelta más” de Todo Noticias, utilizó la siguiente frase para referirse al jefe de gobierno porteño Horacio Rodríguez Larreta del partido Propuesta Republicana (PRO): “Larreta es un ser siniestro, tan siniestro como Cristina Fernández de Kirchner. Los dos son siniestros”. Se trata de una descripción que tiende a homogeneizar a dos figuras políticas con programas, trayectorias e ideologías diferentes bajo un mismo rótulo moral, por lo que expresiones semejantes serán usadas como un indicador del estilo populista.

En oposición a esto, el líder también puede describir a sus adversarios de acuerdo a sus competencias y/o grado de expertise en determinada área. En este caso, se considerará que está acudiendo a un criterio epistémico, es decir, vinculado al conocimiento. De La Torre (2013), “considera al populismo como un discurso polarizador y maniqueo utilizado para llegar al poder y gobernar y a la tecnocracia como un discurso de expertos que apelan a la ciencia para transformar la sociedad en beneficio del bien común” (p. 24). Así, los líderes tecnocráticos se perciben a sí mismos y presentan ante la sociedad como portadores de la verdad y del conocimiento válido para abordar las demandas del sistema. En este sentido, y como se desarrolló previamente, los líderes que apelan a un estilo tecnocrático se centran en la adhesión al expertise, los dictados de un libro y la evidencia y, en consecuencia, evalúan a sus adversarios en estos términos. Por tal motivo, las caracterizaciones basadas en el grado de conocimiento y competencias de los adversarios se tomarán como una muestra del estilo tecnocrático.

d) Modo de referirse a los adversarios

En línea con lo anterior, a los efectos de esta tesis, resulta de vital importancia analizar no sólo el contenido del mensaje, sino también la manera en que el líder decide expresarse. Por tal motivo, no sólo se tendrá en cuenta el criterio utilizado por el líder para caracterizar a sus adversarios —que refiere principalmente al contenido de su mensaje—, sino también al modo de referirse a ellos. En este sentido, se atenderá a los términos y expresiones del líder a la hora de hablar de sus adversarios: específicamente, se considerará si el líder utiliza insultos y agravios o si, por el contrario, no lo hace y se atiene a un lenguaje políticamente correcto.

En particular, los insultos suelen mantenerse al margen del debate público dado que exceden los límites de lo públicamente aceptable. Así, “la regla general es que el insulto desprestigia más a quienes lo emiten que a quienes lo reciben [...] Sin embargo, eso puede cambiar en situaciones excepcionales de incertidumbre económica, social e identitaria, sobre todo si los gobernantes llevan a cabo una gestión desacertada” (Bosch, 2022). Como se destacó en el capítulo anterior, estas circunstancias habilitan el posible surgimiento de liderazgos populistas que buscarán canalizar el descontento de la población. Para ello, el líder puede valerse de insultos, entre otras herramientas, para representar y encarnar en su figura el enojo y hartazgo de la población. En este caso, lejos de deslegitimarlo, los insultos hacia otros actores políticos actúan como una herramienta de comunicación utilizada para generar un sentimiento de identificación entre los votantes y el líder populista. Por lo tanto, la incorporación de ellos en las alocuciones públicas será considerado aquí como un indicador de populismo, mientras que su ausencia será indicativa de un estilo tecnocrático.

e) Tono de voz

Además de los insultos, los líderes populistas pueden acudir a un amplio repertorio de estrategias performativas para diferenciarse del establishment y establecer un vínculo con el pueblo. Una de ellas es el tono de voz, una herramienta paralingüística que adopta incluso mayor relevancia cuando la afectividad adquiere un papel central. Como bien establece Klaric (2018), “cuando se trata de comunicar emociones, es bien importante la congruencia entre lo que decimos con palabras y la entonación y el lenguaje corporal” (p. 29). Por tal motivo, y teniendo en cuenta que la afectividad es un rasgo fundamental del populismo, resulta menester incluir ambos elementos en el análisis.

Si, como ya se explicitó, el populismo busca canalizar el hartazgo y descontento de la gente, buscará apelar a un tono de voz que demuestre que el líder comparte dichos sentimientos con el pueblo que ha sido corrompido y traicionado por la élite. La experta en comunicación Teresa

Baró sostiene que el tono de voz elevado y los gritos constituyen indicadores de enojo e ira. Los tartamudeos por hablar de manera efusiva y rápida, así como también la afonía, son otras maneras de expresar estos dos sentimientos a los que recurren los líderes populistas con frecuencia. Así, por ejemplo, De La Torre (2013) describe que Rafael Correa, ex presidente de Ecuador que logra combinar elementos populistas con otros más tecnocráticos en sus comunicados, “cuando se refiere a lo que llama las barbaridades de sus adversarios deja el tono de voz del catedrático, se enrojece, sube el tono de voz y los descalifica como ‘mediocres’” (p. 32).

Por lo expuesto, los elementos señalados por Baró serán utilizados para identificar el carácter populista de las presentaciones públicas. Por el contrario, cuando el líder exprese sus ideas de manera pausada y calmada —lo que De La Torre denominó un tono catedrático por su semejanza con el modo de explicar de un docente—, se considerará que éste se apega más a un estilo tecnocrático. Es necesario destacar que es posible que el líder varíe la entonación a lo largo del discurso para darle mayor énfasis a algunos temas y acompañar los distintos mensajes que busque transmitir. Por tal motivo, a los fines de esta tesis, se computará aquel que sea predominante durante cada una de las apariciones públicas.

f) Gestualidad

El segundo elemento que Klaric (2018) destaca como central a la hora de comunicar un mensaje es el lenguaje corporal. De hecho, la relación con los ciudadanos que buscan lograr los líderes populistas no puede establecerse sólo con el discurso, sino a través de una performance global que incluye gestos y lenguaje corporal. Por tal motivo, en este trabajo también se tomarán en cuenta estos elementos para analizar la evolución del estilo de comunicación en el tiempo.

Como ya se expresó en relación a la dimensión anterior, el líder populista intenta canalizar y encarnar en su persona el descontento y enojo de la población para presentarse a sí mismo como uno más del pueblo. En consecuencia, cabría esperar que su comportamiento kinésico busque transmitir dichas emociones. Siguiendo nuevamente con lo planteado por Baró, existen múltiples gestos que podrían comunicar irritación o ira. En este sentido, generalmente, quien procura transmitir este tipo de emociones busca ganar volumen a partir de gestos expansivos y suelen recurrir a movimientos de carácter más agresivo como apuntar con el dedo índice, cerrar el puño o golpear alguna superficie cercana. En lo que respecta al rostro, además, fruncen el ceño al expresar sus ideas, se enrojecen y exhiben tensión en el cuello. Todos estos elementos

constituirán, a los efectos de esta investigación, indicadores de un estilo populista. Por el contrario, en su ausencia y ante una gestualidad más controlada y sobria, se considerará que se trata de un estilo tecnocrático. Al igual que en lo que respecta a la dimensión anterior, se computará aquel que predomine a lo largo de cada alocución.

g) Lenguaje y vocabulario utilizado

Otra herramienta al alcance de los actores políticos para generar un vínculo con la ciudadanía es el vocabulario que utilizan para expresarse públicamente. La utilización de lenguaje coloquial y expresiones plebeyas demuestra un mayor vínculo con el pueblo al que se busca representar, mientras que el lenguaje técnico y formal marca un mayor distanciamiento entre la ciudadanía y sus representantes políticos. Por esta razón, los líderes populistas apelan al primero como estrategia para situarse a sí mismo como un defensor del pueblo frente a la división dicotómica y maniquea de la sociedad que plantea en su retórica.

De este modo, la inclusión de expresiones coloquiales e informales en los discursos funcionarán como indicadores de un estilo de comunicación populista, mientras que su ausencia y el uso de conceptos técnicos será considerado como un indicador de estilo tecnocrático.

h) Narrativa preponderante

Tal como se mencionó en el capítulo anterior, los líderes populistas deben evocar una sensación de emergencia y “espectaculizar” una crisis a fin de constituir las dos identidades antagónicas del pueblo y la élite. Debido a esto, resulta fundamental estudiar el tipo de narrativa o relato que los actores políticos eligen para comprender a qué modelo de comunicación están apelando.

En sus alocuciones, los líderes pueden intentar construir una narrativa de crisis e intentar marcar un punto de inflexión de dos maneras. Por un lado, pueden hacerlo de manera directa, incluyendo referencias explícitas a la situación de emergencia que se avecina. Este es el caso, por ejemplo, de la siguiente intervención de Milei en un programa televisivo del canal Todo Noticias durante el mes de marzo de 2022: “La discusión central es quién hace el ajuste. Ya sea el ala dura del gobierno como la izquierda irracional dicen que el ajuste lo paguen los acreedores. Va a haber un desastre monetario y cambiario”. Por otro lado, el líder puede generar una narrativa de crisis a partir de una intervención menos directa que apele a experiencias negativas pasadas. En este sentido, la siguiente cita del economista durante una participación

en un programa de LN+ funciona con fines ilustrativos: “La situación social está tremendamente complicada. Por mucho menos que esto a De La Rúa se lo llevaron puesto”.

De este modo, entonces, los líderes populistas recurren a este tipo de intervenciones para construir una narrativa de crisis o de quiebre. Se contemplarán también como una expresión de estilo populista aquellas alocuciones que refieran a un cambio de época que marque un punto de inflexión y de no retorno. La ausencia de ellas en el discurso —que, lejos de mantener un tono rupturista, manifieste una sensación de continuidad— será interpretado como indicador de un estilo más tecnocrático.

i) Tipo de soluciones propuestas

En línea con lo expuesto en el capítulo anterior, frente a una narrativa de crisis, los líderes populistas se presentan a sí mismos como un mesías capaz de acabar con los problemas mediante soluciones rápidas y sencillas. En este sentido, así como este tipo de actores simplifican el sistema político y lo reducen a dos identidades antagónicas, también dejan al margen las dificultades del escenario político y ofrecen soluciones simplistas sin tener en cuenta su viabilidad e impacto. Los líderes plantean las soluciones como eslóganes, sin profundizar respecto a su posibilidad de aplicación y las dificultades, lo cual será utilizado aquí como indicador de un estilo populista.

Por el contrario, los líderes tecnocráticos, buscan demostrar que sus propuestas para abordar las demandas cívicas y los principales desafíos sociales están sustentadas en un análisis y cálculo racional. Por tal motivo, en aquellos casos en los que el líder evalúe las dificultades de aplicar determinadas políticas públicas, se lo considerará como un indicador de un estilo tecnocrático.

j) Vínculo con la institucionalidad

Por último, a los fines de esta tesis también se pondrá el foco en la manera en la que el dirigente busca relacionarse con el marco institucional. Como se destacó en el capítulo previo, al crear una sensación de crisis, los líderes populistas buscan actuar de manera veloz, por lo que abogan por evitar los largos procesos políticos. De este modo, se propone actuar sin intermediación de las instituciones democráticas con frenos y contrapesos en nombre de la voluntad del pueblo al que busca encarnar. Por el contrario, los actores políticos que adoptan un estilo tecnocrático se atienen a los límites institucionales y exhiben respeto por los procesos políticos y las reglas democráticas.

Teniendo esto en cuenta, se buscará analizar si en sus alocuciones públicas, el líder demuestra más apego o rechazo hacia las instituciones. Para ello, se observará si sus discursos hacen referencia al sistema de frenos y contrapesos y la división de poderes, así como también si el líder se muestra abierto a participar de las instituciones democráticas y actuar a través de ellas. Así, por ejemplo, se tendrá en cuenta si el economista busca gobernar de manera unilateral, por decreto y/o respaldándose en plebiscitos o consultas populares, o si, en sentido opuesto, propone proyectos para debatir por vía legislativa. En el primer caso, se computará como un indicador de estilo populista, mientras que el segundo escenario será interpretado como una prueba de estilo tecnocrático.

La siguiente tabla resume las diez dimensiones que guiarán el estudio empírico de la presente tesis.

Cuadro 2. Dimensiones para el análisis del estilo de comunicación política

	Estilo populista	Estilo tecnocrático
Tipo de apelación	Confrontativa El líder destaca la relación antagónica entre el pueblo y su enemigo y/o aboga por la eliminación del segundo	Conciliadora El líder destaca la apertura al diálogo y posibilidad de convivencia con otros actores del sistema
Tipo de explicación	Dogmática/Ética Los argumentos del líder se basan en la defensa o ataque hacia una ideología específica y/o principios axiológicos	Racional Los argumentos del líder se basan en la presentación de datos, evidencia empírica y expertise técnico
Criterio para describir a los adversarios	Moral El líder evalúa a los adversarios en base a criterios morales conforme a una visión maniquea del sistema	Epistémica El líder evalúa a los adversarios en base a su grado de conocimiento

Modo de referirse a los adversarios	Presencia de insultos El líder utiliza insultos a la hora de hablar de sus adversarios	Ausencia de insultos El líder no recurre a insultos para hablar de sus adversarios
Tono de voz	Apasionado El líder expresa sus ideas a los gritos o en un tono vehemente	Catedrático El líder expresa sus ideas de manera tranquila con control de las emociones
Gestualidad	Exaltada y expansiva El líder se enrojece y exhibe expresiones y ademanes exagerados que denotan enojo	Sobria y controlada El líder muestra escaso movimiento y expresiones faciales que denotan calma y control sobre las emociones
Lenguaje y vocabulario utilizado	Coloquial/Plebeyo El líder utiliza expresiones o términos informales que indican cercanía con el pueblo	Políticamente correcto El líder mantiene un lenguaje formal carente de expresiones o términos coloquiales
Narrativa preponderante	Situación de crisis/punto de quiebre El líder caracteriza el contexto actual y/o el corto plazo como un punto de no retorno	Continuidad y progreso El líder caracteriza el contexto actual y el corto plazo como una coyuntura plausible de solución
Tipo de soluciones propuestas	Simplistas El líder propone políticas o soluciones sin contemplar su viabilidad y/o impacto en el contexto vigente	Realistas El líder propone políticas o soluciones que contemplan las complejidades del contexto vigente para su viabilidad e impacto

Vínculo con la institucionalidad	Rechazo a las instituciones El líder no se atiene a los límites institucionales y se propone actuar sin intermediación de las instituciones democráticas	Apego a las instituciones El líder se atiene a los límites institucionales y se propone actuar mediante canales democráticos institucionales
----------------------------------	---	---

Fuente: elaboración propia

Corpus audiovisual a utilizar para el estudio

A los efectos de la presente tesis, se analizarán las performances de Javier Milei durante el período 2021-2022, de modo tal de abarcar el año previo y posterior a su jura como diputado nacional. De esta manera, se podrá comparar el comportamiento del dirigente de La Libertad Avanza en un año electoral en el que competía como candidato frente a un año de ejercicio legislativo sin celebración de comicios —en el que, según la tesis de la inclusión-moderación, el líder debería haber avanzado progresivamente hacia un estilo más tecnocrático.

Ahora bien, para dicho período bianual, las diez dimensiones desarrolladas en el apartado anterior serán estudiadas sobre tres tipos de apariciones públicas del líder libertario: actos partidarios y de campaña, participaciones en programas de televisión y alocuciones en la Cámara de Diputados de la Nación.

En lo que respecta a los programas televisivos, se trabajará sobre las participaciones promocionadas por el líder libertario en su cuenta oficial de Instagram y aquellas publicadas en el canal de Youtube “Milei Presidente” utilizada para compartir contenido sobre el economista. Ambos espacios de difusión cuentan con un amplio alcance: el primero tenía, para mayo de 2023, 1.6 millones de seguidores, mientras que el segundo contaba, para la misma fecha, con alrededor de 639 mil suscriptores. Los programas televisivos promocionados por estas dos vías —con clara trascendencia— le permiten al líder transmitir un mensaje a sus simpatizantes y seguidores a través de una comunicación mediada. Asimismo, de todos los programas publicitados en estos espacios, una amplia mayoría pertenecen a los siguientes tres medios offline: LN+, Todo Noticias y A24. Por tal motivo, y dada la extensión de la presente investigación, el análisis se limitará a las participaciones realizadas en los tres canales citados.

Por su lado, en cuanto a los actos partidarios del líder, se recurrirá a las grabaciones de los actos partidarios del dirigente que preceden e integran la llamada “Gira Nacional de la Libertad”. Este contenido audiovisual se encuentra publicado en diversos canales de Youtube que reivindican la figura del economista: “Milei presidente”, “Javier Milei”, “Break Point” y “El Peluca Milei”, entre otros. En estos casos, el líder se comunica con sus seguidores sin ningún tipo de intermediación.

Por último, como se explicitó, se trabajará sobre el comportamiento legislativo de Javier Milei. Para ello, se utilizarán los videos de las sesiones de la Cámara de Diputados, publicados en el canal de Youtube de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación (@diputados.argentina). De un total de diecinueve sesiones para el período 2022, el diputado de La Libertad Avanza pronunció discursos en sólo seis, las cuales integrarán, junto al material ya indicado, el corpus audiovisual de esta tesis.

La inclusión de tres ámbitos distintos de comunicación habilita no sólo el análisis de la evolución del estilo político de Javier Milei a lo largo del tiempo, sino también la manera en que varía y se adapta a los diferentes contextos y circunstancias. En este sentido, si se considera que, en las sesiones del Congreso, el líder no le habla directamente a sus seguidores, sino a sus pares y adversarios políticos, cabría esperar que su comportamiento y modo de comunicación adquiriera un tono más moderado que cuando se expresa en actos partidarios. Se trata de otra posible variación que, si bien no es el foco y objetivo principal de esta tesis, reviste interés y relevancia.

CAPÍTULO 4: HALLAZGOS DEL ANÁLISIS EMPÍRICO DEL ESTILO POLÍTICO DE JAVIER MILEI

Evolución del estilo de comunicación política del dirigente de La Libertad Avanza

A fin de analizar la evolución del estilo de comunicación de Javier Milei, las diez dimensiones desarrolladas en el capítulo anterior se aplicaron sobre un total de 170 apariciones públicas del candidato durante el período bianual 2021-2022. Para cada uno de los videos analizados, se obtuvo cuántas de las diez estrategias explicitadas se corresponden al estilo populista y cuántas se encuentran más alienadas a un modelo tecnocrático. En este sentido, el número de instrumentos de cada tipo podía variar entre 0 y 10.

En cada una de sus apariciones públicas, el líder puede apelar a herramientas de ambos estilos, por lo que se computó aquel que fuera predominante en cada performance. Así, por ejemplo, en una misma ocasión, el líder pudo apelar a principios axiológicos para explicar por qué decidió no apoyar un determinado proyecto de ley y a la vez, recurrir a estadísticas y documentos de organismos internacionales para justificar otras dos posiciones con respecto a otros temas. De la misma manera, entre otras dimensiones, el dirigente pudo haber calificado a un adversario en base a su grado de conocimiento en una oportunidad, pero utilizar un criterio moral en la amplia mayoría de ocasiones en las que describe a sus oponentes. Por tal motivo, para las dimensiones “tipo de apelación”, “tipo de explicación”, “criterio para describir a los adversarios”, “tipo de soluciones” y “vínculo con la institucionalidad”, se computó finalmente aquella que haya sido predominante para cada performance. Si se toma el ejemplo del tipo de explicación, entonces, dado que en una misma actuación pública utilizó estrategias tecnocráticas (estadísticas, documentos de organismos internacionales, etc.) en dos oportunidades frente a una única apelación a principios axiológicos propios del populismo, se considera que, en esta dimensión, el líder recurrió al estilo tecnocrático. Por ende, para un video de tales características, de las 10 categorías a analizar, tipo de explicación contará como una herramienta tecnocrática.

En el caso de la dimensión “narrativa preponderante”, independientemente de la cantidad de veces que apele a una sensación de crisis, se computó como una estrategia populista a menos que el líder evitase hacer alusión a cualquiera de las estructuras especificadas en el capítulo anterior. Por su lado, para las categorías “modo de referirse a los adversarios” y “lenguaje y vocabulario utilizado”, ante una mención de un insulto o un término coloquial, aunque sea por única vez en todo el video, se computó dicha dimensión como de carácter populista. Sólo en

ausencia de este tipo de expresiones, se consideró a ambas dimensiones como herramientas tecnocráticas. Por último, en lo que respecta al “tono de voz” y la “gestualidad”, también se computó aquel estilo que fuera predominante para cada uno de los videos. A modo ilustrativo, si Javier Milei iniciaba una entrevista en un programa televisivo con tono catedrático, pero luego adoptaba un tono más apasionado, incluso con gritos, durante la mayor parte del programa, se computaba entonces como una herramienta populista.

Teniendo en cuenta dichas especificaciones, se identificó que, del corpus de 170 videos, en sólo 12 de ellos el dirigente de La Libertad Avanza recurrió a más estrategias tecnocráticas que populistas. De dicha docena, únicamente 3 corresponden al 2021 y 9 para el 2022. A su vez, en 24 performances, el líder apeló al mismo número de estrategias de ambos estilos, de las cuales 4 corresponden al 2021 y las 20 restantes al año siguiente. A partir de estos datos, es posible concluir que, para ambos períodos, el modelo de comunicación populista predominó sobre el tecnocrático. Esta preeminencia del primer estilo también puede observarse si se considera la cantidad promedio de prácticas de ambos tipos utilizadas anualmente, expresadas a continuación.

Cuadro 3. Cantidad promedio de estrategias de cada estilo utilizadas por Javier Milei, por año

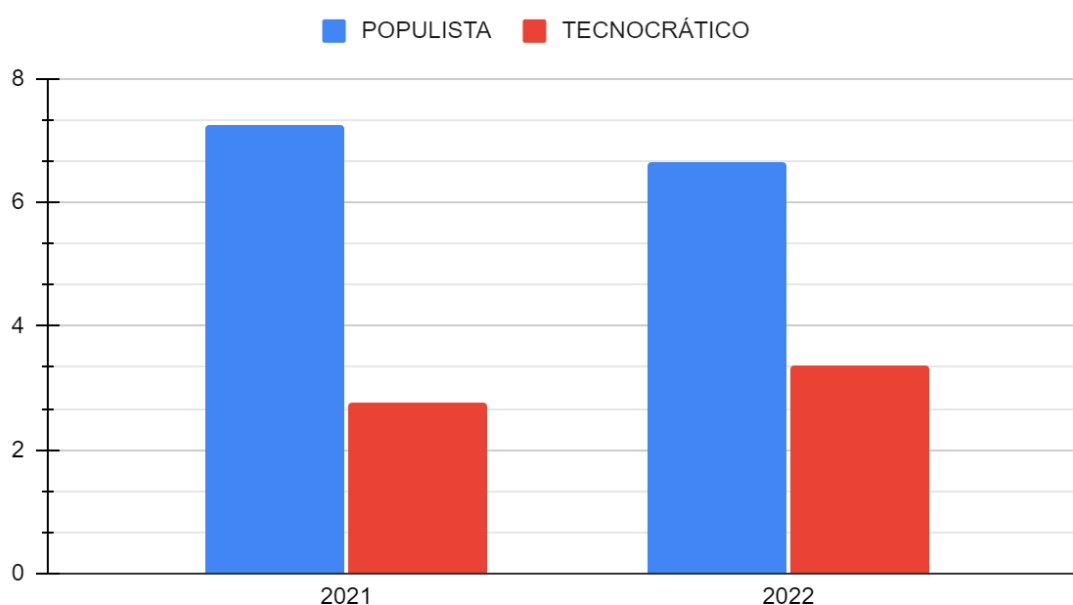
	Estilo populista	Estilo tecnocrático
2021	7,24	2,76
2022	6,65	3,35

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados

Ahora bien, pese a que a lo largo de todo el período bianual predomina el estilo populista, es menester realizar un análisis con mayor profundidad. En este sentido, dado que esta investigación sólo tiene en cuenta un año posterior al ingreso del diputado al Congreso Nacional, resultaba improbable que su modo de comunicación se moderara drásticamente hasta el punto que, en 2022, el estilo predominante fuera el tecnocrático. Por tal motivo, es necesario analizar en mayor detalle el número de prácticas correspondientes a cada estilo a las que acudió el economista para comunicarse con la ciudadanía a fin de evaluar si el líder efectivamente experimentó una moderación en el segundo año estudiado.

El Cuadro 3 sirve a tal propósito en tanto no sólo revela la preeminencia del estilo populista, sino también la cantidad de estrategias correspondientes a cada modelo de comunicación utilizadas en cada período. Tal como lo muestran los resultados, el promedio de instrumentos alineados bajo el estilo populista decreció levemente entre 2021 y 2022: pasó de 7,24 a 6,65. Por el contrario, la cantidad de prácticas tecnocráticas se incrementó para el período en el que el dirigente libertario ejerció como diputado nacional: la media aumentó de 2,76 a 3,35.

Gráfico 1. Cantidad promedio de estrategias populistas y tecnocráticas utilizadas por Javier Milei en 2021 y 2022



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados

Esta variación en la cantidad promedio de estrategias populistas y tecnocráticas a las que recurrió el líder para transmitir su mensaje a la ciudadanía muestra que el estilo político del dirigente de La Libertad Avanza exhibe una tendencia a la moderación. En este sentido, los hallazgos parecerían indicar que la tesis de la inclusión-moderación —según la cual, como se explicó previamente, los líderes populistas aplacan su estilo de comunicación al verse involucrados en la política partidaria— se cumpliría en el caso de Javier Milei, para el período 2021-2022. Debe tenerse en cuenta que, como se explicó en el capítulo previo, no se busca aquí medir el grado exacto de populismo, sino analizar si las estrategias utilizadas reflejan un mayor acercamiento al estilo tecnocrático. De este modo, una menor brecha entre la cantidad promedio de prácticas de ambos estilos pone de manifiesto, a los fines de la presente investigación, una tendencia a la moderación.

En este punto, resulta necesario analizar si el descenso en el promedio se debe fundamentalmente a una caída concentrada en una época específica, es decir, si fue disparada por un hecho puntual, o si se distribuye a lo largo del segundo año. Con este propósito, podrían tomarse los promedios mensuales. No obstante, tal mecanismo presenta una limitación: existe una fuerte heterogeneidad en el total de videos correspondientes a cada mes. Esto se debe a que, en algunos de ellos, el número asciende a 12 apariciones públicas, mientras que, en otros, dicha cifra desciende a un tercio. Ante esta situación, entonces, se dividió el corpus completo, ordenado cronológicamente, en deciles de 17 videos cada uno. Los cuatro primeros se integran de los videos del 2021 anteriores al 10 de diciembre, día en que Javier Milei asumió su banca como diputado, y los restantes presentan los de los meses subsiguientes. En este marco, se tomó el promedio de cada uno de los grupos de 17 videos.

Cuadro 4. Promedio de instrumentos populistas y tecnocráticos a los que recurrió Javier Milei, por decil

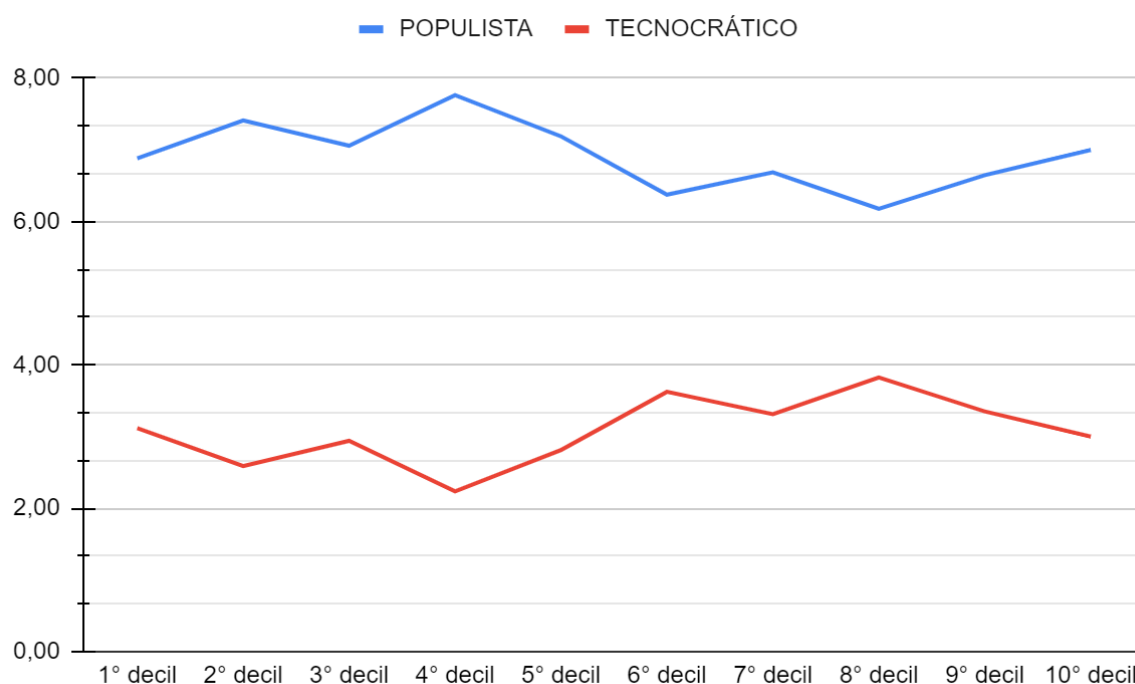
	POPULISTA	TECNOCRÁTICO
1° decil	6,88	3,12
2° decil	7,41	2,59
3° decil	7,06	2,94
4° decil	7,76	2,24
5° decil	7,19	2,81
6° decil	6,38	3,63
7° decil	6,69	3,31
8° decil	6,18	3,82
9° decil	6,65	3,35
10° decil	7,00	3,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados

El Cuadro 4 resume los resultados obtenidos. Tal como puede vislumbrarse en la tabla, hay una oscilación respecto del número de instrumentos de cada estilo a lo largo de todo el ciclo de dos años. No obstante, los últimos cinco deciles no superan el promedio de siete prácticas populistas, a diferencia de aquellos que engloban las apariciones públicas de 2021 y principios de 2022, por lo que es posible afirmar que se registra una tendencia a la baja en la utilización

de este estilo. Tal evolución se ve con mayor claridad en el siguiente gráfico que muestra que, durante el 2021, el populismo del dirigente libertario presenta un crecimiento que alcanza su nivel más elevado a finales de 2021, para luego —tras su jura como diputado nacional por la Ciudad de Buenos Aires— iniciar una tendencia decreciente. Hacia finales del segundo año, puede verse un alza, pero, de todos modos, los niveles de populismo continúan siendo inferiores a los del período previo a su incorporación al Congreso Nacional. Respecto del estilo tecnocrático se registra una evolución inversa: para los deciles que hacen referencia al 2021, se observa una tendencia a la baja que se revierte luego del 10 de diciembre.

Gráfico 2. Evolución del estilo político de Javier Milei, por deciles



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados

Si bien el crecimiento que se registra en la cantidad promedio de prácticas de comunicación populistas hacia el final de 2022 exhibe niveles inferiores a los del año previo, resultaría de utilidad e interés extender el análisis para el año 2023 para comprobar si dicho incremento se extiende en el tiempo. No obstante, dicha reflexión e indagación excede los límites temporales de la presente investigación y los hallazgos para este período muestran un sendero de disminución al comparar el año de campaña electoral para los comicios de medio término y el de ejercicio legislativo.

Ahora bien, así como se contempló si la moderación de Javier Milei se explica por algún hecho puntual o si se trata de una tendencia constante durante todo el segundo año, también es menester estudiar si dicho descenso es atribuible a un tipo de aparición pública específica. En particular, resulta relevante estudiar si la baja se presenta fundamentalmente como consecuencia de la inclusión de sus intervenciones en la Cámara de Diputados. Como se mencionó en el capítulo anterior, dado que en el Parlamento le está hablando directamente a sus pares —con quienes tendrá que negociar para aprobar legislación—, cabría esperar que exhibiese un tono más tecnocrático que cuando se comunica con sus seguidores, ya sea de manera directa en actos partidarios o de manera mediada a través de sus participaciones en programas televisivos. Por tal motivo, se realizó también un análisis desagregado según el contexto en el que está transmitiendo el mensaje.

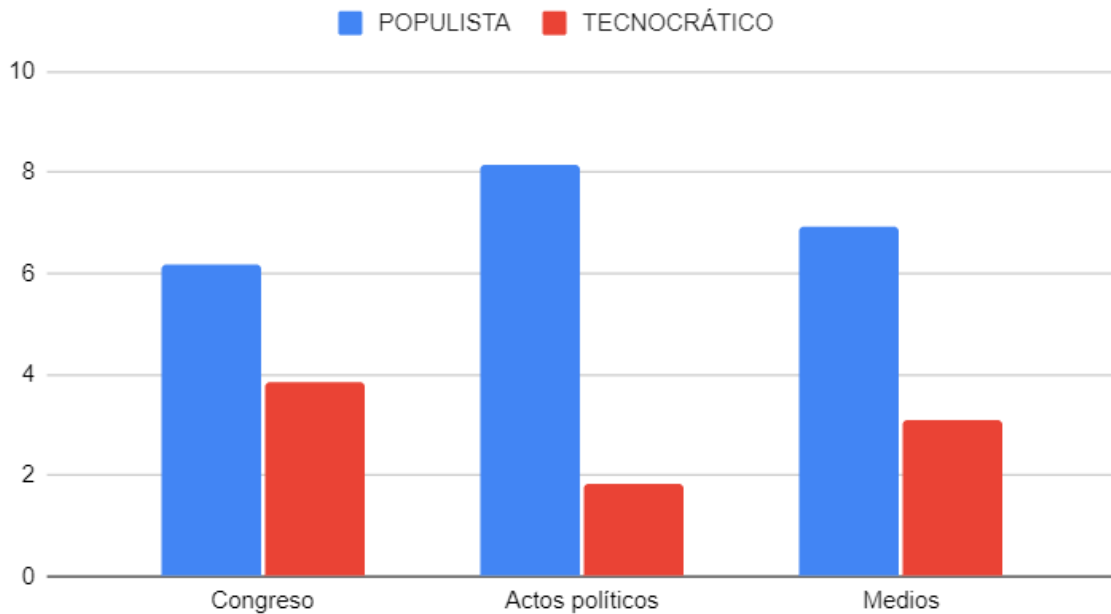
Cabe aclarar, sin embargo, que los resultados que se presentarán a continuación constituyen una primera aproximación a este tipo de variación en tanto, las apariciones en medios representan la amplia mayoría del corpus empírico del presente trabajo. Así, por ejemplo, del total de sesiones parlamentarias para el ejercicio 2022, el diputado libertario sólo se explayó sobre los proyectos a tratar en seis oportunidades. Teniendo en cuenta esto, para comprender con mayor precisión la influencia de las diferentes circunstancias, la cantidad de videos correspondientes a cada contexto debería ser más homogénea. Sin embargo, han logrado identificarse tendencias preliminares, expresadas en la siguiente tabla:

Cuadro 4. Promedio de instrumentos populistas y tecnocráticos a los que recurrió Javier Milei, por tipo de aparición pública

	POPULISTA	TECNOCRÁTICO
Congreso	6,17	3,83
Actos políticos	8,17	1,83
Medios	6,92	3,08

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados

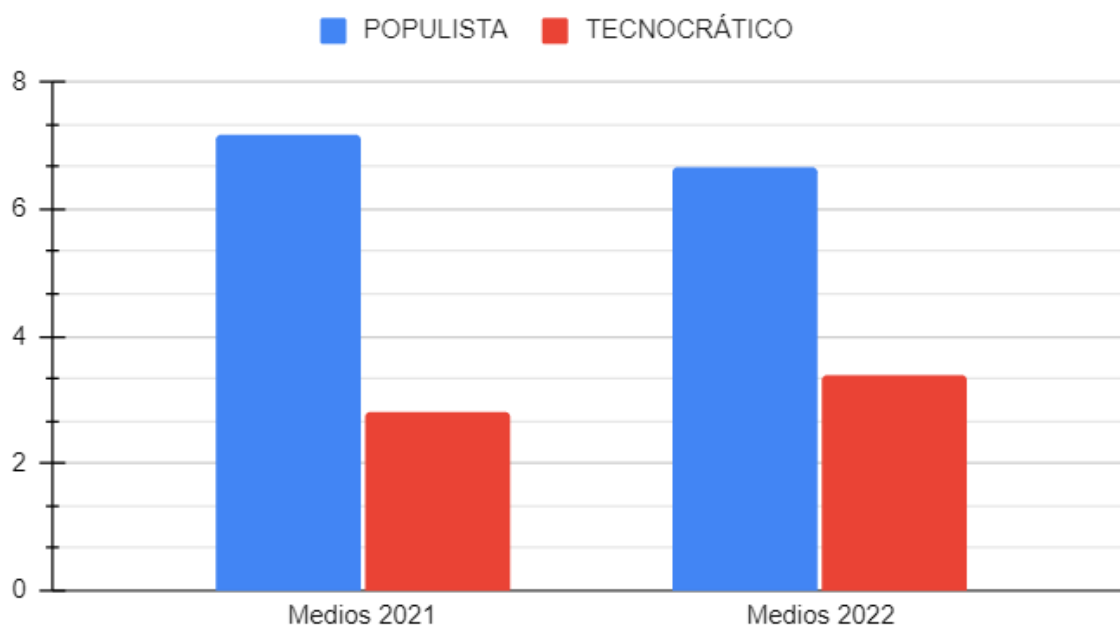
Gráfico 3. Cantidad promedio de estrategias populistas y tecnocráticas utilizadas por Javier Milei, según el tipo de aparición pública



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados

Tal como puede apreciarse en el gráfico, y al igual que sucedió al realizar el análisis conjunto e intertemporal, el estilo predominante en todos los casos es el populista. Pese a esto, existen fuertes heterogeneidades entre los tres tipos de apariciones públicas aquí contempladas. En este sentido, tal como se había previsto, en los actos políticos, el nivel de populismo, en base al número promedio de herramientas correspondientes a este modelo de comunicación, es sensiblemente más elevado que en las demás circunstancias y, especialmente, cuando se lo compara con sus intervenciones parlamentarias: 8,17 en el primer caso y 6,17 en el segundo. Como contracara de este hallazgo, es precisamente en sus alocuciones en la Cámara de Diputados donde el estilo tecnocrático cobra mayor fortaleza, lo que lleva a preguntarse si la moderación que se describió previamente, no se explica por estas performances específicas. Dado el limitado número de discursos en el ámbito legislativo, resulta poco probable que toda la variación intertemporal se explique exclusivamente por ellas. No obstante, para comprobarlo, se tomaron únicamente las participaciones del dirigente de La Libertad Avanza en los medios —el tipo de performance predominante— y así, revisar si, de todos modos, la moderación continúa vigente. El siguiente gráfico expone los hallazgos:

Gráfico 4. Promedio de estrategias populistas y tecnocráticas utilizadas por Javier Milei en programas televisivos, en 2021 y 2022



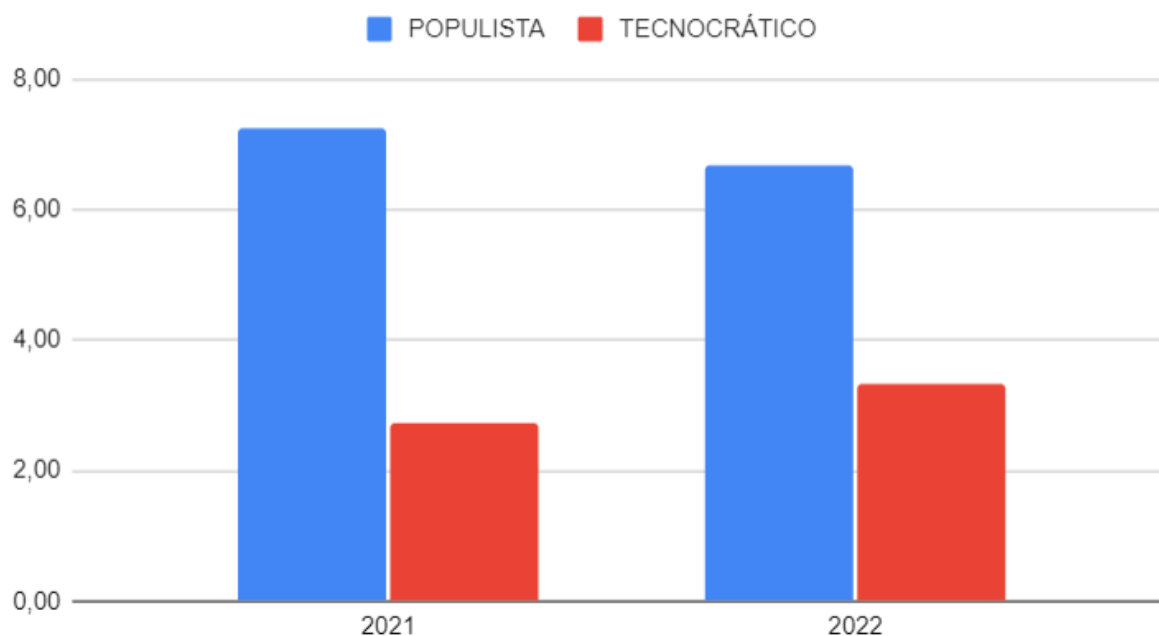
Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados

Tal como puede observarse en el gráfico, la tendencia a la moderación del estilo político de Javier Milei se mantiene incluso cuando se excluye del análisis sus performances parlamentarias. La media de estrategias populistas cayó de 7,19 a 6,66 desde su jura como diputado nacional, mientras que, en el caso de los instrumentos tecnocráticos, el promedio se incrementó de 2,81 a 3,38. Dicha tendencia a la baja en el nivel de populismo se mantiene incluso cuando se tienen en cuenta conjuntamente actos políticos y programas televisivos y sólo se deja fuera de análisis las actuaciones en el Congreso. En este caso, el promedio de prácticas populistas disminuye de 7,26 a 6,68, mientras que, para el estilo tecnocrático, dicha cifra asciende de 2,74 a 3,32 (ver Gráfico 5). De este modo, los resultados indican que, si bien, las apariciones del Congreso revelan una menor brecha entre ambos modelos de comunicación, la atenuación del estilo político del líder no se explica únicamente por la inclusión de dichas intervenciones.

Teniendo en consideración todos los hallazgos anteriormente expuestos, es posible concluir que el estilo político de Javier Milei, si se toma como punto de inflexión su ingreso al Congreso Nacional, refleja una trayectoria de atenuación, por lo que cumple con la tesis de la inclusión-moderación. Por tal motivo, los resultados rechazan la hipótesis del presente trabajo de

investigación, según la cual, las estrategias de comunicación del líder no deberían haber experimentado un acercamiento hacia el estilo tecnocrático.

Gráfico 5. Promedio de estrategias populistas y tecnocráticas utilizadas por Javier Milei en programas televisivos y actos políticos, en 2021 y 2022



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados

Principales prácticas populistas en las performances de Javier Milei

En el apartado anterior se reconoció que, pese a un ligero acercamiento a las prácticas tecnocráticas, el estilo político de Javier Milei presenta un carácter predominantemente populista a lo largo de los dos años abarcados en este estudio. Por tal motivo, y dado el análisis cualitativo de cada una de sus apariciones públicas que se realizó siguiendo la tipología del Capítulo 2, ha sido posible identificar cuáles fueron las estrategias populistas más utilizadas por el economista durante su campaña y ejercicio legislativo. En este sentido, no sólo se ha contabilizado cuántas se corresponden a uno u otro modelo de comunicación por cada video individual, sino que también se distinguieron los mensajes, estructuras y modos más comunes y reiterados en las performances del dirigente de La Libertad Avanza.

En primer lugar, una de las principales estrategias a las que recurre Javier Milei para establecer un vínculo con la ciudadanía y que se mantuvo constante durante todo el período estudiado y entre los tres tipos de apariciones es la apelación a una relación antagónica entre el pueblo y una élite. Del corpus de 170 grabaciones, sólo en 22 de ellas se evidencia cierta

apertura a la conciliación ya sea en ausencia de una alusión a la casta o de manera explícita —es decir, aquellos casos en los que el dirigente menciona directamente la posibilidad de diálogo y negociación con otros actores del sistema. Este último fenómeno se dió fundamentalmente en el segundo año, cuando el diputado puso de manifiesto durante transmisiones televisivas su voluntad de competir por la presidencia en los comicios del 2023 y planteó la posibilidad de que dirigentes del ala dura del PRO como Mauricio Macri, Waldo Wolff o Patricia Bullrich se incorporaran a las filas de La Libertad Avanza.

Respecto de la amplia mayoría de ocasiones en las que acude a la contraposición de dos identidades antagónicas, el dirigente suele referirse a la élite de manera explícita apelando a los términos “casta” u “oligarquía” política. No obstante, dada la ideología liberal que predica el líder, no sucede lo mismo al referirse a su contraparte. En este sentido, el líder no habla directamente del pueblo como una identidad en sí misma, pero se refiere a él como un conjunto de argentinos o ciudadanos de a pie que comparten una serie de atributos positivos que los oponen a la mencionada casta. De este modo, si bien el líder no utiliza el término “pueblo” de manera directa, sí se propone separar el campo político en dos identidades antagónicas con rasgos específicos propios de cada una que se traducen en una homogeneización de sus miembros. Así, por ejemplo, recurre a frases tales como “la política estafa a los argentinos de bien” o “el estado presente, en realidad, es un aparato para conseguir privilegios para los políticos en contra de los honestos” —ambas pronunciadas con leves variaciones en múltiples ocasiones.

En este marco, el economista se propone encarnar y darle voz a este segundo grupo en contra de su enemigo común y se presenta a sí mismo como un outsider a fin de generar un sentido de pertenencia al citado grupo de ciudadanos de a pie que se ganan la vida en el sector privado. Esta última característica constituyó un elemento central para lograr su diferenciación respecto de los políticos profesionales y partidos tradicionales a los que llama peyorativamente casta. En las oportunidades en las que los periodistas le cuestionaron que formaba parte de dicho grupo en tanto ocupaba una banca en el Congreso, él lo negó rotundamente bajo el argumento de que, a diferencia de todos sus pares, él vivía de los ingresos que percibía por su trabajo en el sector privado dando conferencias y seminarios de Economía. Además, no es menor que, usualmente, a la hora de referirse a los ciudadanos de a pie que concentran, bajo su mirada, los valores de honestidad, trabajo y bondad, utilice la primera persona del plural. A modo ilustrativo, en una transmisión por A24, el 1 de marzo de 2021, Javier Milei se expresó de la siguiente manera: “Si alguien murió de coronavirus por vacunar a la oligarquía política, o los

amigos del poder o quien fuera, es un asesinato. Es decir, están presentes los privilegios de la oligarquía política, cómo ostentan el poder en contra de la gente. Pero la gente honesta, la gente de bien, la gente que quiere vivir de su laburo, *somos más*”. En la misma línea apuntó el 3 de mayo de ese año: “La verdadera grieta es entre los políticos profesionales chorros y los que *vivimos* del fruto de nuestro trabajo”.

Asimismo, resulta necesario destacar que otra de las prácticas populistas ampliamente utilizadas por Javier Milei para representarse como uno más de aquellos “argentinos de bien” fue el uso de vocabulario o lenguaje coloquial. Se trata de una herramienta que también se mantuvo constante a lo largo de los dos años y, llamativamente, también durante las sesiones legislativas. Sin duda, uno de los términos más reiterados era “chorro” para referirse a los miembros de la casta política, una expresión informal propia de Argentina y otros países de Latinoamérica para nombrar a los delincuentes. Otros términos coloquiales a los que también acudió pueden apreciarse en la siguiente cita: “[Para generar empleo genuino] necesitás dos cuestiones: una es que haya ahorro. Y si tenés *tipos* que creen que se crece estimulando el consumo, es decir, penalizando el ahorro, estás *jodido*”.

Ahora bien, tal como es posible apreciar en los párrafos precedentes, el dirigente libertario no sólo apela a una relación antagónica, sino que, además, dicha oposición se basa mayoritariamente en un criterio moral, lo cual constituye una segunda herramienta típicamente populista ampliamente usada por Javier Milei. Esto no implica que el economista no haga referencia a las capacidades o competencias de sus adversarios políticos. De hecho, hace uso de este parámetro para describir a los principales referentes de la Unión Cívica Radical —a quienes califica de inoperantes y poco resolutivos— y funcionarios del gobierno de Alberto Fernández, siendo los sucesivos ministros de Economía y el ex ministro de salud, Ginés González García, los más afectados. Sin embargo, este no es el criterio que predomina: al hablar de sus adversarios políticos, es más recurrente que los descalifique bajo los rótulos de “inmorales”, “mentirosos”, “ladrones” o “estafadores”, todas etiquetas fuertemente asociadas a una cuestión ética. Esto no resulta sorprendente luego de repasar el corpus audiovisual ya que, en algunos programas televisivos, explicó que una de sus motivaciones para entrar a la política, además de dar una batalla cultural para volver a colocar las ideas liberales en el centro del debate, es lograr un reordenamiento político con fuerte base en la moral.

Cabe destacar que, a la hora de referirse a sus adversarios, los insultos fueron moneda corriente durante el año de campaña electoral para los comicios de medio término. Tras asumir

su banca como diputado nacional, si bien no desapareció por completo, la frecuencia con la que se recurrió a esta estrategia populista se redujo. Si bien no se lo consideró en el análisis de los videos, cabe destacar que, durante ese segundo año, sí resultaba llamativo que no detuviera a sus seguidores cuando, en pleno acto político, insultaban a los políticos profesionales en general o a figuras políticas particulares. Sin embargo, dado que no eran expresiones que nacieran de su persona, no fueron computadas a los fines de este trabajo.

Siguiendo con los modales y las herramientas que trascienden el contenido del mensaje en sí mismo, Javier Milei se valió tanto de su tono de voz como de su gestualidad para personificar y expresar el enojo y hartazgo de la población. En cuanto a lo primero, sólo en 23 de las 170 performances estudiadas, el líder mantuvo un tono de voz calmo o catedrático, mientras que en todas las restantes, exhibió una entonación de mayor vehemencia, llegando incluso a gritar durante varios minutos seguidos. Ciertamente, esta estrategia fue central en sus actos proselitistas —muchos de los cuales el dirigente promocionaba como “clases abiertas de Economía”—, pero lo llamativo fue que estuviera tan presente en aquellos ámbitos en los que no mantenía comunicación directa con sus seguidores. De hecho, de sus 6 alocuciones en el recinto de la Cámara de Diputados, en 5 de ellas elevó el tono de voz. De la misma manera, en los sucesivos programas fue posible apreciar cómo, durante los primeros minutos se mostraba sereno para luego cambiar el tono de voz hasta llegar a gritar delante de cámara.

Respecto de la gestualidad, su enojo e indignación —especialmente al hablar de la situación macroeconómica del país y la gestión o políticas tomadas por sus adversarios para abordarla— se expresaba fundamentalmente en su ceño fruncido. El enrojecimiento también constituía un indicador muy marcado de dichos sentimientos en sus performances. Resultaban habituales también los gestos exagerados con las manos y los ojos desorbitados, en particular cuando caracterizaba a las propuestas de los políticos profesionales como “delirios” en los programas transmitidos por televisión.

Volviendo sobre el contenido de sus mensajes, otro instrumento propio del populismo del que hizo amplio uso fue la construcción de una narrativa de crisis. Como se mencionó en el apartado metodológico, existen dos maneras en las que el líder puede espectacularizar una situación de emergencia para concederle este estatus: nombrando explícitamente la palabra “crisis” o haciendo comparaciones con coyunturas críticas previas que activen la memoria de la ciudadanía y despierten sentimientos de alarma y preocupación. Esta última fue la herramienta a la que más recurrió Javier Milei para construir una sensación de crisis. En sus

discursos, hacía alusión a tres grandes crisis argentinas del siglo XX y principios del siglo XXI: el Rodrigazo, la hiperinflación del gobierno de Alfonsín y la crisis del 2001. En este sentido, comparaba la situación actual con los indicadores económicos y sociales de esos tres hitos de la historia argentina y recalca que las circunstancias presentes eran incluso más graves que las de aquellos eventos. En ocasiones también incluía el fracaso de la “tablita” cambiaria de Martínez de Hoz, especialmente a la hora de hablar del déficit fiscal como un probable detonante de una catástrofe macroeconómica. Así por ejemplo, el 16 de abril de 2021, se expresó de la siguiente manera: “Para que te des una idea con las grandes crisis de Argentina, en el Rodrigazo en 1975, volamos por los aires con un déficit fiscal de 14 puntos del PBI; la tablita cambiaria del ‘82 y después con Lorenzo Sigaut, 11% de déficit en términos de PBI... Alfonsín en la híper del ‘89, 9%; el final de la convertibilidad 7%. El año pasado terminamos con 8,8% de déficit y desde el Instituto Patria quieren hacer dos puntos más de déficit. Es decir, no aguanta”. Diversas variantes de esta misma estructura se repiten en las sucesivas apariciones públicas de Javier Milei.

En otros casos, menos frecuentes que el mecanismo anterior, la construcción de una narrativa de crisis presenta menos precisión estadística y se limita a apuntar hacia temores difundidos entre la ciudadanía como la posibilidad de seguir el camino de Venezuela que —además de enfrentar una gran crisis migratoria por las condiciones de vida de la población— alcanzó, en 2018, una tasa de inflación del 65.374,08% y mantuvo niveles superiores al 1.000% hasta 2021 (Statista, 2023). El diputado también reitera en múltiples oportunidades una advertencia que despierta alarma en la población: “Si no damos un giro de 180 grados, en 50 años se va a convertir en la villa miseria más grande del mundo”.

Estrechamente vinculado a lo anterior, el líder suele proponer soluciones simplistas con formato de eslógan y poca claridad respecto a su aplicación práctica. Por un lado, es sumamente destacable que el líder plantea la necesidad y centralidad de “volver a abrazar las ideas de la libertad” para abordar las principales problemáticas de Argentina. En primer lugar, resulta poco claro a qué se refiere específicamente cuando habla del ideario liberal, en tanto, tal como él mismo reconoce, existen diversas corrientes y escuelas dentro de dicho movimiento que evalúan de diferente manera la relación y el equilibrio que debería existir entre las fuerzas del mercado y el Estado. Es de público conocimiento que Javier Milei adhiere filosóficamente al anarco-capitalismo, pero, según sus propias definiciones, en la práctica aboga por un minarquismo, lo cual se traduce en su deseo de reducir el estado a su mínima expresión para que cuente exclusivamente con dos atribuciones: seguridad y justicia. Asumiendo que al

predicar por un acercamiento a “las ideas de la libertad” sugiere avanzar hacia este modelo, continúa siendo poco clara la viabilidad de dicho proyecto, sin mencionar la falta de evidencia de los beneficios y riesgos que traería aparejado este modelo en la coyuntura argentina.

En los casos en los que ahonda más en las soluciones específicas que pretende llevar adelante, también las enuncia como eslóganes sin profundizar en absoluto en los obstáculos y actores de veto que deberá sortear para concretarlas. El economista argumenta que es necesario realizar un ajuste para acabar con el déficit fiscal basado fundamentalmente en una reducción del gasto público en lugar de la suba de impuestos. Cuando es consultado por las propuestas específicas para poner en marcha dicho plan de estabilización, enfatiza tres vías que vale la pena explorar con cierto detenimiento. En primer lugar, sugiere la eliminación de las transferencias discrecionales de Nación a las provincias y de los gobiernos subnacionales a las intendencias. Más allá de que históricamente han sido utilizadas como mecanismo para contener emergencias en las provincias y también generar gobernabilidad en un país federal, la propuesta de eliminación ignora la fuerte oposición que deberá enfrentar por parte de aquellos actores del sistema que actualmente se benefician de los mencionados fondos.

En segundo lugar, defiende la eliminación de la obra pública y su reemplazo por un sistema de iniciativa privada. La medida puede parecer atractiva ya que existen casos de corrupción política fuertemente ligados a la obra pública, pero desestima las dificultades de planificación, coordinación y monitoreo que podrían presentarse. En tercer lugar, el dirigente de La Libertad Avanza también propone la desaparición de los sistemas de educación y salud pública para que estos servicios sean provistos y gestionados por el sector privado. Para argumentar la viabilidad de este proyecto explica que es el Estado quien le hizo creer a la ciudadanía que no puede brindarse sus propios servicios y que hace más de un siglo, la gestión estaba en manos de instituciones privadas como sucedía con los centros de salud de cada comunidad inmigrante. Se trata ciertamente de un ejemplo anacrónico que, además, ignora el path dependence y las condiciones coyunturales del país.

Del mismo modo, aboga fervientemente por la eliminación del Banco Central y, específicamente llamó a “dinamitarlo” y “dejar las ruinas en Plaza de Mayo” como símbolo de una institución utilizada por la política para “robarle a los argentinos vía impuesto inflacionario”. Nuevamente, una solución tan radical desestima la oposición que deberá enfrentar para llevarlo a cabo, así como el path dependence de una institución que se fundó hace poco menos de un siglo, el 28 de mayo de 1935.

Por último, otra de las soluciones simplistas propuestas por Javier Milei que adopta el formato de slogan hace referencia a que “el ajuste debe recaer sobre la política” o en las partidas con las cuales “roban los políticos”. Se trata de una consigna poco específica, incluso vacía y hasta contradictoria con su crítica a la demanda del arco político de izquierda respecto del préstamo del Fondo Monetario Internacional que exige no pagar un sólo dólar más al organismo y que la deuda sea cubierta por este último. En ambos casos, se reclama para que dos actores absorban los costos y actúen en perjuicio de sí mismos, lo cual es poco probable e inviable.

REFLEXIONES FINALES

La presente investigación buscaba ahondar sobre el avance del populismo de derecha en la Argentina, representado por el dirigente de La Libertad Avanza, en un contexto en el que dicho fenómeno ha ido ganando mayor centralidad a nivel mundial. En particular, esta tesis se proponía describir de qué manera evolucionó el estilo político de Javier Milei luego de su entrada al Congreso dada la tensión que suponía su rol legislativo y las ambiciones presidencialistas del líder para las elecciones nacionales de 2023. Teniendo en cuenta sus aspiraciones políticas y el bajo involucramiento del dirigente en la labor parlamentaria —dado que no forma parte de las comisiones y considera a las votaciones en particular como una instancia en la que los “políticos corruptos transan”— se esperaba que su estilo populista no hubiera adquirido un tono más tecnocrático tras asumir su banca en el Congreso, es decir, que no hubiera caído el número de estrategias populistas utilizadas. Sin embargo, los resultados del análisis cualitativo llevado a cabo muestran una tendencia favorable a la teoría de la inclusión-moderación, contraria a la hipótesis planteada por este trabajo.

Dicha atenuación del grado de populismo del dirigente libertario no atiende a un hecho específico y puntual, sino que se manifiesta a lo largo de todo el año de ejercicio legislativo tras su jura como diputado nacional por la Ciudad de Buenos Aires. La moderación en cuestión tampoco puede atribuirse a un tipo de performance específica de entre los tres tipos contemplados en la presente investigación: intervenciones en la Cámara de Diputados, participaciones en programas televisivos y actos partidarios. En este sentido, esta tesis permitió una primera aproximación a la variación del estilo político de Javier Milei según el ámbito de comunicación en el que se estuviera desarrollando y a quién se estuviera dirigiendo. Los hallazgos alcanzados muestran que, tal como cabría esperar, el promedio de estrategias tecnocráticas es más elevado en el caso de sus alocuciones parlamentarias a comparación de sus performances mediáticas y en actos políticos. No obstante, la moderación observada se mantiene incluso cuando se excluye del análisis el primer tipo de actuaciones públicas.

El estudio llevado a cabo también permitió examinar cuáles fueron las principales estrategias populistas utilizadas por el referente de La Libertad Avanza. Entre ellas, destacan la apelación a una relación antagónica entre el pueblo y la élite fundamentalmente en términos morales, la construcción de una narrativa de crisis, el planteamiento de soluciones simplistas, el uso de lenguaje y vocabulario coloquial, un tono de voz apasionado o vehemente y una gestualidad expansiva que denote enojo y emociones semejantes.

Ahora bien, la presente tesis constituye un primer acercamiento al estilo político que Javier Milei y sus hallazgos permiten delinear posibles líneas de investigación futuras. En primer lugar, cabe preguntarse cómo puede continuar evolucionando el modo de comunicación del economista en 2023, con la campaña para la presidencia en marcha. En este sentido, sería interesante poder investigar si el alza que se podía apreciar en el último decil tomado en cuenta para el análisis se prolonga en un nuevo año electoral o si se trata de algo meramente coyuntural para luego continuar con la tendencia generalizada a la baja.

Asimismo, el análisis podría extenderse más en el tiempo en caso de que Javier Milei triunfara en los comicios generales de octubre de 2023. De acuerdo con la Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública de la Universidad de San Andrés, el actual diputado nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es el candidato individual con mayor intención de voto —ronda el 16,8% (elDiarioAR, 31 de mayo de 2023). Algunas consultoras políticas le reconocen incluso un mayor grado de apoyo y en el debate público ya se planteó la posibilidad de que las elecciones finalicen con un resultado de tres tercios. Otra encuesta de humor social y escenario preelectoral realizada por la agencia Innovación Política y Desarrollo (IPD) indicó que el jefe de gobierno Horacio Rodríguez Larreta y el dirigente libertario lideran el ranking de imagen positiva con un 43% cada uno, a lo que se suma que el segundo tiene una imagen negativa 2 puntos porcentuales menos que el primero. Frente a estos resultados, ya se ha comenzado a barajar la posibilidad de que el dirigente libertario logre disputar un ballottage con la principal coalición opositora, Juntos por el Cambio y, de acuerdo a quien sea el candidato formal en los comicios de octubre, el economista logre llegar al sillón de Rivadavia. De ser este el caso, resultaría interesante analizar de qué manera se adapta su estilo político al nuevo rol ejecutivo dado que se verá obligado a generar consensos para aprobar su paquete de reformas y garantizar gobernabilidad. ¿Muestra una actitud más conciliadora? ¿Convoca a otros líderes políticos, en especial del peronismo federal y el ala dura de Juntos por el Cambio para ocupar cargos en su gabinete y así generar consensos? ¿Cómo varía la narrativa preponderante tras asumir el poder? Ante un escenario como el anteriormente descrito, una futura investigación podría intentar responder a estas preguntas.

Ante este mismo escenario, podría evaluarse también con mayor precisión de qué manera varía su estilo de comunicación en los distintos ámbitos. ¿En qué se diferencia su mensaje y manera de expresar sus ideas en actos institucionales de gobierno, programas televisivos y ámbitos menos formales como actos partidarios? La presente investigación ya puso de manifiesto una primera aproximación a este tipo de variación, pero resultaría interesante

ampliar el análisis con una mayor cantidad de discursos institucionales. Estas son algunas líneas de investigación que pueden continuarse con el avance de Javier Milei en la arena política.

BIBLIOGRAFÍA

- Brenes Barahona, A. (2011) Estrategias conceptuales sobre populismo: un estado de la cuestión. *Revista Derecho Electoral* (11)
- Casullo, M. E. (2019). *¿Por qué funciona el populismo? El discurso que sabe construir explicaciones convincentes de un mundo en crisis*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Corporación Latinobarómetro (2021). *Informe 2021*. Latinobarómetro <https://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>
- De la Torre, C. (2013). El tecnopopulismo de Rafael Correa ¿Es compatible el carisma con la tecnocracia? *Latin American Research Review*, Vol. 48, No. 1. 24-43 <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i31p69-79>
- Estrada Álvarez, J. (2008). Populismo económico en América Latina. ¿Práctica histórica o construcción ideológica? *Anuario Colombiano de Historial Social y de la Cultura*, (35), 413-446
- Farrand, B. y Carrapico, H. (2021). ‘People like that cannot be trusted’: populist and technocratic political styles, legitimacy, and distrust in the context of Brexit negotiations. *Journal of Contemporary European Research*, 17 (2) pp. 148-165. ISSN: 1815-347X
- Kaufman y Stallings (1991) “La economía política del populismo latinoamericano”. *Macroeconomía del populismo en América Latina*. Comp. Rudiger Dornbush y Sebastián Edwards. México: fce, 1991, 24-46
- Klaric, J. (2018). *Neuro oratoria: las mejores técnicas para cautivar la mente de tu público, generar ventas y ser un gran líder*. Buenos Aires. Editorial Paidós SAICF.
- Krause, W. y Wagner, A. (2019). Becoming part of the gang? Established and nonestablished populist parties and the role of external efficacy. *Party Politics* Vol. 27(1) pp. 161-173. Doi: 10.1177/1354068819839210
- Luna, J. P. y Rovira Kaltwasser, C. (2021). Castigo a los oficialismos y ciclo político de derecha en América Latina. *Revista Uruguay de Ciencia Política [online]*. Vol. 30, n. 1, pp. 135-156. Doi: <https://doi.org/10.26851/rucp.30.1.6>.

- Moffitt, B. (2014). How to Perform Crisis: A Model for Understanding the Key Role of Crisis in Contemporary Populism. *Government and Opposition*. Vol. 50 (2) pp. 189-217. Doi: 10.1017/gov.2014.13
- Moffitt, B. (2022). *Populismo: guía para entender la palabra clave de la política contemporánea*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores Argentina S.A.
- Moffitt, B., & Tormey, S. (2014). Rethinking Populism: Politics, Mediatisation and Political Style. En *Political Studies* (Vol. 62, págs. 381-397). Sidney: The Political Studies Association. doi:<https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032>
- Monestier, F. (2021). Los partidos de la derecha en América Latina tras el giro a la izquierda. Apuntes para una agenda de investigación. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*. Vol. 30. n 1, Montevideo. Doi: <https://doi.org/10.26851/rucp.30.1.1>
- Moreno Barreneche, S. (2019). La definición de ‘populismo’: ¿qué puede aportar la semiótica? *Federación Latinoamericanas de Semiótica (FELS)* N.31 pp. 69-79. Doi: <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i31p69-79>
- Mudde, C., & Rovira Kaltwasser, C. (2017). *Populism: a very short introduction*. New York: Oxford University Press.
- Ostiguy, P. (2020). The socio-cultural, relational approach to populism. *Partecipazione e Conflitto The Open Journal of Sociopolitical Studies*, 29-58. doi:10.1285/i20356609v13i1p29
- Panizza, F. (2009) *El populismo como espejo de la democracia*. Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A.
- Schwörer, J. (2021). Less populist in Power? Online Communication of Populist Parties in Coalition Governments. *Government & Opposition*, pp. 467-489. Doi: 10.1017/gov.2021.2
- Torrico, M. (2021). Giro a la derecha. *Un nuevo ciclo político en América Latina*. FLACSO México. Doi: <https://doi.org/10.2307/j.ctv296mt31>

- “Javier Milei es un gran revendedor de populismo”: la reacción de Emmanuel Ferrario a la fórmula “simplista” del libertario. (5 de abril de 2022). *Clarín*. https://www.clarin.com/politica/-javier-milei-gran-revendedor-populismo-reaccion-emmanuel-ferrario-formula-simplista-libertario_0_V2oTrCR8KB.html
- Antonella Marty: “Milei es un fenómeno asociado a un populismo de derecha” (16 de noviembre de 2021). *Radio Mitre Rosario*. <https://rosarionuestro.com/antonella-marty-milei-es-un-fenomeno-asociado-a-un-populismo-de-derecha/>
- Bosch, J. (25 de noviembre de 2022). El insulto como estrategia política. *elDiario.es*. https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/insulto-estrategia-politica_129_9745798.html
- Cachanosky, R. (6 de enero de 2023). El culto a la personalidad está lejos del ideario liberal. *Infobae*. <https://www.infobae.com/opinion/2023/01/06/el-culto-a-la-personalidad-lejos-esta-del-ideario-liberal/>
- Delicado Palacios, A. (12 de noviembre de 2021). Termómetro electoral de Argentina en rojo: la aguja se dispara a la derecha. *Sputnik*. <https://sputniknews.lat/20211112/termometro-electoral-de-argentina-en-rojo-la-aguja-se-dispara-a-la-derecha-1118151378.html>
- Fernando Iglesias quiere que Milei se sume a Juntos por el Cambio y pidió “una revolución liberal” (14 de abril de 2022). *Bae Negocios*. <https://www.baenegocios.com/politica/Fernando-Iglesias-quiere-que-Milei-se-sume-a-Juntos-por-el-Cambio-y-pidio-una-revolucion-liberal-20220414-0042.html>
- Larí Rajneri, A. (19 de septiembre de 2021) El populismo de Milei: el discurso contra la “casta política”, o la hazaña imposible. *El cohete a la luna*. <https://www.elcohetelaluna.com/el-populismo-de-milei/>
- Loris Zanatta: Milei es populista. (22 de octubre de 2022). *La Voz*. <https://www.lavoz.com.ar/politica/loris-zanatta-milei-es-populista/>
- Martín Lousteau calificó a Milei como “un populista de derecha” (21 de abril de 2022). *Diario Jornada*. <https://jornadaonline.com/politica/martin-lousteau-califico-a-milei-como-un-populista-de-derecha--20224211120>

- Novaro, M. (31 de marzo de 2022) Javier Milei, en tránsito de outsider a jefe de una nueva facción política. *Nuevos papeles*. <https://www.nuevospapeles.com/nota/javier-milei-en-transito-de-outsider-jefe-de-una-nueva-faccion-politica>
- Palermo V. (7 de abril de 2022). Javier Milei, la nueva oferta regenerativa. *TN.com.ar* <https://tn.com.ar/opinion/2022/04/07/javier-milei-la-nueva-oferta-regenerativa/>
- Pelliza, C. (31 de mayo de 2022). Susto en Juntos por el Cambio por el “populismo de derecha” y el efecto Milei. *El destape*. <https://www.eldestapeweb.com/politica/juntos-por-el-cambio/susto-en-juntos-por-el-cambio-por-el-populismo-de-derecha--20225310290>
- Roberto Cachanosky fulminó a Javier Milei en La Cruel Verdad: “Es igual a Cristina Kirchner”. (31 de enero de 2023). *A24*. <https://www.a24.com/economia/roberto-cachanosky-fulmino-javier-milei-la-cruel-verdad-es-igual-cristina-kirchner-n1074776>
- Sarlo, B. (7 de mayo de 2022). The appeal of Javier Milei — an autopsy of the right. *Buenos Aires Times*. <https://www.batimes.com.ar/news/opinion-and-analysis/the-appeal-of-javier-milei-an-autopsy-of-the-right.phtml>
- Statista (8 de junio de 2023) *Evolución anual de la tasa de inflación en Venezuela desde 2015 hasta 2024*. <https://es.statista.com/estadisticas/1190213/tasa-de-inflacion-venezuela/>
- Una encuesta revela que JxC ganaría las PASO y Milei es el mejor posicionado como candidato solitario (31 de mayo de 2023). *ElDiarioAR* https://www.eldiarioar.com/politica/elecciones-2023/encuesta-revela-jxc-ganaria-paso-milei-mejor-posicionado-candidato-solitario_1_10256731.html
- Vidal apuntó contra Milei: “la salida no es un populismo de derecha autoritario” (25 de abril de 2022). *Corta*. <https://corta.com/vidal-apunto-contra-milei-la-salida-no-es-un-populismo-de-derecha-autoritario/>
- Vidal dijo que Milei hace “populismo de derecha” (19 de abril de 2022). *La política online*. <https://www.lapoliticaonline.com/politica/vidal-dijo-que-milei-hace-populismo-de-derecha/>

Corpus audiovisual

A24com (1 de marzo de 2021). *Viviana con Vos – Programa completo (01/03/2021)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=R2SK40Cjols>

A24com (13 de septiembre de 2021). *Canosa mano a mano con Javier Milei – Viviana con Vos (13/09/2021)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=4eU3ZMNO5Oo>

A24com (14 de octubre de 2021). *Dicho esto – Programa completo (14/10/21)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ut5fQ4TYsG0>

A24com (14 de septiembre de 2021). *Dicho Esto – Programa completo (14/09/2021)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=FAdxTfvrTm4>

A24com (16 de agosto de 2021). *Viviana con Vos – Programa completo (16/08/2021)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1V5wM6pV0KM>

A24com (18 de octubre de 2021). *Viviana con vos – Programa completo (18/10/2021)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=wm1-n2L76MQ>

A24com (22 de noviembre de 2022). *Canosa mano a mano con Javier Milei – Viviana con Vos (22/11/2021)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=NOnziMnyXDQ>

A24com (26 de julio de 2022). *Falta de coraje + Javier Milei + Juan Manuel Urtubey #VivianaConVos PROGRAMA COMPLETO 25/07/2022* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=mf30FFz6dJU>

A24com (30 de marzo de 2021). *Canosa mano a mano con Milei – Viviana con Vos (30/03/2021)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=x72u1Y2S9vs>

A24com (5 de agosto de 2022). *Primero la patria + Javier Milei #VivianaConVos PROGRAMA COMPLETO 04/08/2022* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=hpDQThTHoOY>

BREAK POINT (25 de junio de 2022). *MILEI EXPLICA SU PLAN ECONÓMICO EN CÓRDOBA* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=hRCpzotZghU>

- El Peluca Milei (27 de diciembre de 2021). *¿CÓMO SE LLEVA MILEI CON LA IZQUIERDA? – Javier Milei en TN 27/12/2021* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=zgjq0-rh8Sk>
- El Peluca Milei Cortos (13 de enero de 2022). *“MARX LE HIZO UN HIJO A LA EMPLEADA DOMÉSTICA” – Javier Milei en Mar del Plata 12/1/2022* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=XoDUt8r4jHw>
- El Peluca Milei Cortos (14 de diciembre de 2021) *“GUZMÁN NO SEAS TAN VAGO” – MULTITUDINARIO acto de Javier Milei en Rosario 13/12/2021* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=SNJx7cx7UKM>
- El Peluca Milei Cortos (17 de diciembre de 2022). *MILEI LLENÓ UN ESTADIO EN NEUQUÉN 17/12/2022* [Archivo de video] Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=MkR0QEHiXpM>
- Fijap Liberal (1 de octubre de 2022). *Javier Milei En Tucumán *HISTÓRICO* ACTO Completo – 1/10/2022* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=miPNhiH-1Cs&t=280s>
- Honorable Cámara de Diputados de la Nación (10 de marzo de 2022). *Diputado Milei, Javier – Sesión 10-03-2022 – PL* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=0xr6IduNvCk>
- Honorable Cámara de Diputados de la Nación (15 de septiembre de 2022). *Diputado Milei, Javier – Sesión 15-09-2022 – PL* [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=vNlw_w4ylTM
- Honorable Cámara de Diputados de la Nación (16 de diciembre de 2021). *Diputado Milei, Javier – Sesión Especial 16-12-2021 – PL* [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=4Ci_zteGP4c
- Honorable Cámara de Diputados de la Nación (21 de diciembre de 2021). *Diputado Milei, Javier – Sesión 21-12-2021 – PL* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=rynN13kqLRg>

- Honorable Cámara de Diputados de la Nación (25 de octubre de 2022). *Diputado Milei, Javier – Sesión 25-10-2022 – PL* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=CmcXmwaXy6E&t=26s>
- Honorable Cámara de Diputados de la Nación (3 de septiembre de 2022). *Diputado Milei, Javier – Sesión 03-09-2022 – PL* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=AvajDF626B0>
- Javier Milei (17 de julio de 2022). *Javier Milei en “Solo una vuelta más” en TN | 17/07/2022* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=g2oUKCdJu2M>
- LN+ (1 de octubre de 2021). *La trama del poder – 30 septiembre 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/la-trama-del-poder-30-septiembre-2021-vidc436f96a/>
- LN+ (11 de octubre de 2021) *Comunidad de negocios – 10 octubre 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/comunidad-de-negocios-10-octubre-2021-vidaf6cae0e/>
- LN+ (12 de diciembre de 2021). *Hora 21 – 10 diciembre 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/hora-21-10-diciembre-2021-vid4829eb4a/>
- LN+ (13 de octubre de 2022) + *Realidad – 12 de Octubre 2022* [Archivo de video] Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/realidad-12-de-octubre-2022-vidca02e54b/>
- LN+ (14 de noviembre de 2022). + *Voces – 10 de Noviembre 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/voces-10-de-noviembre-2022-vidf9890314/>
- LN+ (15 de agosto de 2022). *Comunidad de negocios – 14 de Agosto 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/comunidad-de-negocios-14-de-agosto-2022-vidb314f10b/>
- LN+ (17 de octubre de 2022). *Comunidad de negocios – 16 de Octubre 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/comunidad-de-negocios-16-de-octubre-2022-vida04d6cf7/>

- LN+ (17 de septiembre de 2021). + *Voces – 16 de septiembre 2021* [Archivo de video].
Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/voces-16-de-septiembre-2021-vid2b6d6ffb/>
- LN+ (20 de diciembre de 2021). *Comunidad de negocios – 19 diciembre 2021* [Archivo de video].
Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/comunidad-de-negocios-19-diciembre-2021-vidcf93b4b3/>
- LN+ (21 de abril de 2022). LN+ *Especial Domingo - 6 marzo 2022* [Archivo de video].
Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/ln-especial-domingo-6-marzo-2022-vida35793fe/>
- LN+ (22 de diciembre de 2022). + *Voces – 20 de Diciembre 2022* [Archivo de video].
Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/voces-20-de-diciembre-2022-viddf08a1bd/>
- LN+ (24 de julio de 2022). + *Voces – 19 de Julio 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar.
<https://lnmas.lanacion.com.ar/video/voces-19-de-julio-2022-vid5b617d3f/>
- LN+ (24 de noviembre de 2021). *Comunidad de negocios – 21 noviembre 2021* [Archivo de video]
Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/comunidad-de-negocios-21-noviembre-2021-vidcf497d8a/>
- LN+ (24 de noviembre de 2021). + *Realidad – 19 noviembre 2021* [Archivo de video].
Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/realidad-19-noviembre-2021-vid530c34be/>
- LN+ (25 de febrero de 2022). + *Voces – 24 febrero 2022* [Archivo de video].
Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/voces-24-febrero-2022-vid74c9e3f7/>
- LN+ (26 de julio de 2022). + *Realidad – 22 de Julio 2022* [Archivo de video]
Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/realidad-22-de-julio-2022-vid6a1e8bec/>
- LN+ (26 de julio de 2022). *Comunidad de negocios – 24 de Julio 2022* [Archivo de video].
Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/comunidad-de-negocios-24-de-julio-2022-vidaff76a1c/>

- LN+ (26 de noviembre de 2021). *La trama del poder – 25 de Noviembre de 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/la-trama-del-poder-25-de-noviembre-de-2021-vidd5e050cb/>
- LN+ (27 de abril de 2022). + *Realidad – 18 marzo 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/realidad-18-marzo-2022-vid746671f6/>
- LN+ (27 de abril de 2022). + *Voces – 15 marzo 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/voces-15-marzo-2022-viddb188c27/>
- LN+ (27 de abril de 2022). *8.30 AM – 17 marzo 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/830-am-17-marzo-2022-viddb2c0c1c/>
- LN+ (27 de agosto de 2021). *La trama del poder – 26 agosto 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/la-trama-del-poder-26-agosto-2021-vid414cfbbb/>
- LN+ (27 de junio de 2022). *La cornisa – 26 de Junio 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/la-cornisa-26-de-junio-2022-vid50febb5e/>
- LN+ (28 de julio de 2022). + *Voces – 27 de Julio 2022* [Archivo de video] Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/voces-27-de-julio-2022-vid2e36c996/>
- LN+ (29 de diciembre de 2021). + *Voces – 28 diciembre 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/voces-28-diciembre-2021-vid785479b3/>
- LN+ (29 de noviembre de 2021). *La cornisa – 28 noviembre 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/la-cornisa-28-noviembre-2021-vid3a6a9cf2/>
- LN+ (3 de octubre de 2021). + *Voces – 1 octubre 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/voces-1-octubre-2021-vid57b06125/>
- LN+ (31 de agosto de 2021). + *Realidad – 30 agosto 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/realidad-30-agosto-2021-vidd5da99ed/>

- LN+ (31 de julio de 2021). +*Realidad – 30 julio 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/realidad-30-julio-2021-vid22b6f050/>
- LN+ (31 de octubre de 2022). *Hora 17 – 28 de Octubre 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/hora-17-28-de-octubre-2022-vidce365c3c/>
- LN+ (6 de febrero de 2022). +*Voces – 4 febrero 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/voces-4-febrero-2022-vidbcee9fe7/>
- LN+ (7 de diciembre de 2021). + *Realidad 06 dic 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/realidad-06-dic-2021-vid4f2bd7b4/>
- LN+ (8 de agosto de 2022). *La cornisa – 7 de Agosto 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/la-cornisa-7-de-agosto-2022-vid9390804f/>
- LN+ (8 de julio de 2022). +*Voces – 7 de Julio 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/voces-7-de-julio-2022-vidfe6e92a6/>
- LN+ (8 de octubre de 2021). + *Realidad – 7 octubre 2021* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/realidad-7-octubre-2021-vid5d100e9e/>
- LN+ (9 de diciembre de 2022). *Buen día Nación – 8 de Diciembre 2022* [Archivo de video]. Lnmas.lanacion.com.ar. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/buen-dia-nacion-8-de-diciembre-2022-vid62aac12/>
- MILEI PRESIDENTE (1 de junio de 2021). *Milei sacado contra Macri: “Es un delincuente y un estafador” Imperdible mano a mano con Canosa – 31/5/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=fy0C9uHB8oY>
- MILEI PRESIDENTE (10 de agosto de 2021). *El efecto Milei: los k preocupados por el avance de Milei en las encuestas, A24 – 09/08/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=8UDNyepz8-g>
- MILEI PRESIDENTE (10 de agosto de 2021). *Javier Milei con Eduardo Feinmann en LN+ - 10/08/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=rciEa7cNN8A>

- MILEI PRESIDENTE (10 de enero de 2022). “*El pase sanitario es como las marcas de la Alemania Nazi*” – 06/01/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=--O2FCVNk18>
- MILEI PRESIDENTE (10 de febrero de 2022). *Milei da cátedra frente a Del Caño, Berni y Lombardi en A Dos Voces* – 09/02/22 [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=G6nuwFD-7_E
- MILEI PRESIDENTE (10 de junio de 2022). *Milei se cruza con kirchnerista ex director de Anses: “Sos un socialista buenista”* – 09/06/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=AJmfLbKjfsU>
- MILEI PRESIDENTE (10 de marzo de 2022). “*¡Hasta cuándo vamos a soportar a la casta política!*” Javier Milei en *A Dos Voces, TN* – 09/03/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=9LUAHX2X4Jg>
- MILEI PRESIDENTE (10 de mayo de 2022). “*Larreta es el responsable del suicidio de Favalaro*” Javier Milei con Viviana Canosa – 09/05/22 [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=5unhJ_gDKNk
- MILEI PRESIDENTE (11 de diciembre de 2022) “*El Kun Agüero es libertario*” Javier Milei con Luis Majul – 11/12/22 [Archivo de video] Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=i3qj2fLfs7w>
- MILEI PRESIDENTE (11 de febrero de 2021). “*Alberto Fernández cada día se parece más a Maduro*” Javier Milei en LN+ - 10/02/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=vS7QHDFzTrY>
- MILEI PRESIDENTE (11 de febrero de 2022). “*El FMI es una institución perversa, no debería existir*” Javier Milei con Jonatan Viale – 09/02/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=AxpHgj37POE>
- MILEI PRESIDENTE (12 de agosto de 2022). “*Soy el único candidato que odia al Estado*” Imperdible Javier Milei con Jonatan Viale – 11/08/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=QGZNeNf3gj4>

- MILEI PRESIDENTE (12 de julio de 2021). “*El presidente de Uruguay es keynesiano, no liberal*” Javier Milei en LN+ - 11/07/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=CgWKcXo0gps>
- MILEI PRESIDENTE (13 de agosto de 2021). *Javier Milei se cruza con 2 periodistas progre en TN Noticias* - 12/08/21 [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=Xb3J1iy_Djg
- MILEI PRESIDENTE (13 de julio de 2021). *Milei se cruza con un peronista defensor de Cuba “Es de hijo de puta defender eso” Canosa* - 12/7/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=3bXh3bCDkco>
- MILEI PRESIDENTE (13 de marzo de 2021). “*No te bancas los datos*” Milei se cruza con periodista de A24 - 12/03/21 [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=rd3v1-oj_UE
- MILEI PRESIDENTE (13 de mayo de 2022). *Milei y sus 2 primeros años de presidencia: ¿Cuáles serán sus medidas económicas?* 12/05/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=5xMeXISTkg0>
- MILEI PRESIDENTE (14 de junio de 2021). “*Como diputado no voy a cobrar \$1 del Estado*” Excelente mano a mano con Javier Milei - 09/06/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=zbtTFYsTQ2g>
- MILEI PRESIDENTE (14 de octubre de 2022). “*Voy a privatizar la TV Pública, Aerolíneas, ferrocarriles y toda empresa estatal*” Milei - 13/10/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=YPAcEr--IRE>
- MILEI PRESIDENTE (15 de abril de 2022). “*Javier Milei se cruza con Luis Majul en La Nación*” - 14/04/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=AjIb8lXsoQk>
- MILEI PRESIDENTE (15 de agosto de 2021). “*Los zurdos están perdiendo la batalla cultural*” Brillante Javier Milei en LN+ - 13/08/21 [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=pJrF-T_EuIY

MILEI PRESIDENTE (15 de enero de 2021). *“Kicillof es un analfabeto económico” Javier Milei en LN+ - 13/01/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=VIOZDMdvnCg>

MILEI PRESIDENTE (15 de febrero de 2022). *“Robin Hood era libertario” Javier Milei en TN - 14/02/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=sgC6gKCYAOw>

MILEI PRESIDENTE (15 de marzo de 2022). *“Como presidente voy a dolarizar la economía” Javier Milei en TN - 14/03/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=a0T5j4QHlqM>

MILEI PRESIDENTE (16 de agosto de 2021). *“Hay que enjuiciar al presidente y meterlo preso” Javier Milei en LN+ - 15/08/21* [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=Vvy3n5BqG_c

MILEI PRESIDENTE (16 de junio de 2021). *“Me pusieron en una lista negra” Javier Milei mano a mano con Viviana Canosa - 15/06/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=xG3JgkNJPos>

MILEI PRESIDENTE (16 de mayo de 2022). *“En 2023 le pondré fin al kirchnerismo para siempre” Javier Milei en La Nación - 15/05/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=P6iIRVTL3q4>

MILEI PRESIDENTE (16 de noviembre de 2022). *“Propongo una reforma judicial para que los chorros vayan presos en serio” Javier Milei - 15/11/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=NUK29i0a7OE>

MILEI PRESIDENTE (16 de septiembre de 2022). *“No existe el magnicidio” Javier Milei con Jonatan Viale - 15/09/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Yxwz3tgb9oM>

MILEI PRESIDENTE (17 de abril de 2021). *“Yo no negocio con zurdos, ni kirchneristas ni macristas” Javier Milei con Luis Novaresio - 16/04/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1KkCuYS1K7E>

MILEI PRESIDENTE (17 de mayo de 2022). *“En mi gobierno no habrá políticas de género ni marxismo cultural” Javier Milei en TN – 16/05/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=SwNypjGRadc>

MILEI PRESIDENTE (17 de octubre de 2022) *“En mi gobierno no habrá políticas de género” Impecable Javier Milei en TN – 16/10/22* [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=f0MuH_xYTxc

MILEI PRESIDENTE (19 de abril de 2022). *“En el balotaje le gano a todos y soy presidente” Imperdible Javier Milei en TN – 18/04/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=oZ0GvthXeAA>

MILEI PRESIDENTE (19 de julio de 2021). *“Cada día nos parecemos más a Venezuela” Javier Milei en LN+ - 18/07/21* [Archivo de video] Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=kQsnXVADMlw>

MILEI PRESIDENTE (19 de septiembre de 2022). *Milei criticó a Macri: “Se hace el liberal solo por las encuestas” Javier Milei en LN+ - 18/09/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=0BPZ9e3ouOg>

MILEI PRESIDENTE (2 de marzo de 2022). *“No voy a votar esta porquería” Milei sobre el acuerdo con el FMI, Jonatan Viale – 01/03/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=SW5fPRJ6No8>

MILEI PRESIDENTE (2 de mayo de 2021). *“Por ahora no pienso vacunarme” Javier Milei en La Nación + - 25/04/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=OSN5BPJ67kU>

MILEI PRESIDENTE (21 de julio de 2022). *Dólar a \$337 “Esto no tiene techo” Imperdible Milei en A Dos Voces, TN 20/07/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=M-emyuetMEw>

MILEI PRESIDENTE (22 de diciembre de 2021). *Milei entre las 4 personas más influyentes de la Argentina, Milei con Viviana Canosa – 21/12/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=2rlzTDkGiZo>

- MILEI PRESIDENTE (22 de marzo de 2021). *“Kicillof es un imbécil” Impecable Javier Milei en LN+* 21/03/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=xcwSYqkm1tw>
- MILEI PRESIDENTE (23 de junio de 2022). *“Cristina, te desafío a un debate público” Javier Milei con Viviana Canosa – 22/06/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=3bsTmLBnYXs>
- MILEI PRESIDENTE (23 de marzo de 2021). *Javier Milei se cruza con un médico y un sociólogo en A24 – 21/03/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=cm5OCWGcK-w>
- MILEI PRESIDENTE (23 de mayo de 2022). *Milei explica en detalle cómo va a dolarizar la economía en su presidencia, Vivi Canosa A24 – 22/03/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=2QEwYdDyPKM>
- MILEI PRESIDENTE (23 de octubre de 2021). *“Esto explota” Milei en TN en el día de su cumpleaños – 22/10/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=jea-Xz-tef0>
- MILEI PRESIDENTE (24 de junio de 2021). *Javier Milei la rompe en TN Noticias – 22/06/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=H5NNv6--Vk0>
- MILEI PRESIDENTE (24 de noviembre de 2022). *Milei opina sobre el mundial y el VAR: “Está todo podrido” – 23/11/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=NauVIJY2I58>
- MILEI PRESIDENTE (25 de abril de 2022). *Javier Milei la rompe en Mendoza: multitudinaria conferencia sobre dolarización – 23/04/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=84oRH54NoCY>
- MILEI PRESIDENTE (25 de febrero de 2022). *“Ya tengo equipo económico para gobernar en 2023” Javier Milei en LN+ - 25/02/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=3cZ6gbbfSAk>
- MILEI PRESIDENTE (25 de mayo de 2022). *“Si la casta no me deja dolarizar convoco a un referéndum del pueblo” Javier Milei en LN+ - 25/03/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=MSg0xJDVvV4>

MILEI PRESIDENTE (26 de abril de 2022). *“Me llaman loco pero los locos son los que cambian el mundo” Javier Milei con Viviana Canosa – 25/4/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=0A6bqFGraP8>

MILEI PRESIDENTE (26 de abril de 2022). *“Rompi un récord en Mendoza” Javier Milei con Eduardo Feinmann – 26/04/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=VAszn4rVny8>

MILEI PRESIDENTE (26 de julio de 2021). *“Cavallo no es liberal” Javier Milei en TN Noticias – 25/07/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Kvv0wmI6xu4>

MILEI PRESIDENTE (26 de junio de 2021). *“Argentina tiene un problema de valores morales” Javier Milei en LN+ - 26/06/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=rWxx0NQUmns>

MILEI PRESIDENTE (26 de septiembre de 2021). *Javier Milei se cruza con Luis Majul: “Yo hablo como se me da la gana” 26/09/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=zrS6xZZbmoA>

MILEI PRESIDENTE (27 de agosto de 2022). *“Hay que sacarle los fueros a Cristina para que vaya presa” Javier Milei con Luis Majul – 26/08/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Ei5b91xv7is>

MILEI PRESIDENTE (27 de enero de 2021). *“Alberto Fernández es un tirano” Javier Milei y José Luis Espert en LN+ - 26/01/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1wTVhCRXffc>

MILEI PRESIDENTE (27 de enero de 2022). *“Si yo fuera ministro de economía no necesitaríamos ir al FMI” Javier Milei en LN+ - 27/01/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=IrhHXKEt88I>

MILEI PRESIDENTE (27 de marzo de 2021). *“A los de Cambiemos me los como crudo” Imperdible Javier Milei en LN+ - 26/03/21* [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=Y_gSe15Hn14

- MILEI PRESIDENTE (28 de abril de 2021). *Milei se cruza con economista kirchnerista y periodista de A24* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=I2qEMugGwvA>
- MILEI PRESIDENTE (28 de diciembre de 2022). *Dólar a \$356 “Imprimir dinero es un delito” Javier Milei en La Nación – 27/12/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=LKRV5k5rJYA>
- MILEI PRESIDENTE (29 de agosto de 2022). *“Hay que sacar a los piqueteros con camiones hidrantes” Javier Milei con Jonatan Viale – 29/08/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=5hG1ctCB-2k>
- MILEI PRESIDENTE (29 de marzo de 2022). *“Está lleno de zurdos” Milei contra los econochantas que no quieren dolarizar, A24 – 28/03/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=OjKjKmhU3wc>
- MILEI PRESIDENTE (3 de julio de 2022). *“GAME OVER, se acabó” Milei tras la renuncia del ministro de economía – 03/07/22* [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=8iE2ek_zg6Q
- MILEI PRESIDENTE (3 de marzo de 2022). *“Si los políticos no aprenden por las buenas lo harán por las malas” Javier Milei en TN – 03/03/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=EYSYgPEH5KE>
- MILEI PRESIDENTE (30 de enero de 2021). *“Formosa es un testeo para llevarnos al comunismo” Javier Milei en LN+ - 29/01/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=C6SiPkgBUg0>
- MILEI PRESIDENTE (30 de mayo de 2022). *Milei contra 2 periodistas de TN: ¿Quiénes se creen que son? – 29/05/22* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ikG2QoisLes>
- MILEI PRESIDENTE (30 de octubre de 2021). *“El dólar va a explotar” Milei y EL Dipy juntos en La Nación + - 29/10/21* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ktTWmO2deac>

MILEI PRESIDENTE (30 de octubre de 2022). “*Latinoamérica se tiñó de rojo*”. Milei sobre la victoria de Lula en Brasil – 30/10/22. [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=GoUU_cPDE5w

MILEI PRESIDENTE (4 de abril de 2022). *Milei se cruza con la producción del canal La Nación: “Son unos traidores y embusteros”* – 04/04/22 [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=uTuLmRef_yM

MILEI PRESIDENTE (4 de agosto de 2022). “*Massa es puro humo*” Milei sobre las medidas del nuevo ministro de economía – 03/08/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Bu3ALkXQK00>

MILEI PRESIDENTE (4 de enero de 2022). “*Argentina puede hacer quebrar al FMI*” Javier Milei en LN+ - 04/01/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=CzW7E6cS8wk>

MILEI PRESIDENTE (4 de julio de 2021). “*Tarde o temprano esto explota*” Javier Milei en LN+ - 04/07/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=tPYmAt0Pd1s>

MILEI PRESIDENTE (4 de junio de 2022). “*Quiero cárceles privadas mantenidas por presos trabajando*” Javier Milei en LN – 03/06/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=aN73N0N3HTo>

MILEI PRESIDENTE (4 de mayo de 2021). “*Los argentinos somos enfermos mentales*” Imperdible Javier Milei con Viviana Canosa – 03/05/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=VULof0g7u3I>

MILEI PRESIDENTE (5 de abril de 2022). “*Me están amenazando para que baje mi candidatura*” Javier Milei con Viviana Canosa – 04/04/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=-eIIZQFQ9Kk>

MILEI PRESIDENTE (5 de marzo de 2021). “*Milei para burros, La Nación* + - 03/03/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=LWauQAo41-E>

MILEI PRESIDENTE (5 de marzo de 2022). “*Puedo ser presidente de Argentina en 2023*” Mano a mano con Javier Milei – 04/03/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=mNB5eOCRExk>

MILEI PRESIDENTE (6 de abril de 2022). “Voy a privatizar la TV Pública” Javier Milei con Jonatan Viale – 06/04/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=E-7vz1SjCRM>

MILEI PRESIDENTE (6 de enero de 2021). Milei y Espert mano a mano con Rolando Graña – 05/01/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=AR1-9EP-PHA>

MILEI PRESIDENTE (6 de julio de 2022). “Batakis es un parásito con el CUIL virgen” Milei sobre la nueva ministra de economía 05/07/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=kERCebxz6wY>

MILEI PRESIDENTE (6 de septiembre de 2021). Milei reúne 20000 personas en el cierre de su campaña – 05/09/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Ygt-tWDkhMc&t=1400s>

MILEI PRESIDENTE (7 de noviembre de 2021). Multitudinario cierre de campaña de Javier Milei – 06/11/21 [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=Ers_uItuWys

MILEI PRESIDENTE (7 de noviembre de 2022). “Cristina estás flojita de datos” Milei le responde a Cristina Kirchner – 07/11/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ka1M3GEFPng>

MILEI PRESIDENTE (8 de agosto de 2021). Multitudinario lanzamiento de campaña de Milei: “¡Hoy comienza la reconstrucción de Argentina!” – 7/8/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=i9NAHC9dnqU>

MILEI PRESIDENTE (8 de diciembre de 2022) “El kirchnerismo está terminado” Milei sobre la condena de prisión a Cristina Kirchner – 07/12/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=SGTPuTIUU3A>

MILEI PRESIDENTE (8 de enero de 2021). “Le robaron la elección a Trump en EEUU” Javier Milei en LN+ - 08/01/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=XUz39-DdM0M>

MILEI PRESIDENTE (8 de enero de 2022). *Diputada del Pro critica a Milei por sortear su sueldo* – 06/01/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=zdWbYbqE6Fg>

MILEI PRESIDENTE (8 de mayo del 2021). *Javier Milei desburra al presidente en 5 minutos* – 04/05/21 [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=fVA1fF_OuWs

MILEI PRESIDENTE (8 de septiembre de 2021). *“Larreta es peor que un comunista” Excelente Javier Milei en TN* – 07/09/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=8nFJ5WRhHuc>

MILEI PRESIDENTE (9 de abril de 2021). *“Nos quieren esclavizar con el miedo a la muerte” Javier Milei en LN+* - 08/04/21 [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=cWG_FQizPxA

MILEI PRESIDENTE (9 de febrero de 2021). *“Cuando sea diputado voy a escrachar a estos políticos chorros” Impecable Javier Milei en LN+*, 9/2/21 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=cEzSuXBzzWU>

MILEI PRESIDENTE (9 de febrero de 2022). *“Hay que sacarle los planes sociales a los piqueteros” Javier Milei en TN* – 08/02/22 [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=9bsZdlKPFjA&t=10s>

Todo Noticias (11 de agosto de 2022). *A DOS VOCES (Programa completo del 10/08/2022)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZOzM3IPeHg0>

Todo Noticias (11 de noviembre de 2021). *A DOS VOCES (Programa completo 10/11/2021) | Cierre de campaña a horas de las elecciones* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=r4JAdMhxBfc>

Todo Noticias (11 de octubre de 2022). *LA ROSCA (Programa completo del 01/04/2022)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=dLSD2P4Lnc8>

Todo Noticias (12 de octubre de 2021). *DESDE EL LLANO (Programa completo 11/10/2021): la intimidación de Aníbal Fernández a Nik* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=4xbouwNgWvw>

Todo Noticias (12 de octubre de 2022) *Viviana Canosa y Javier Milei en BELLA Y BESTIA (Programa completo del 11/10/2022)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=YcjiF0lqblc>

Todo Noticias (14 de abril de 2022). *A DOS VOCES (Programa completo 13/4/2022): La inflación de marzo, la más alta de los últimos 20 años* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=h-fEXJ267do>

Todo Noticias (16 de septiembre de 2021). *A DOS VOCES (Programa completo 15/9/2021): crisis interna en el oficialismo y grave crisis política* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=-XyZRd3rIpc>

Todo Noticias (2 de noviembre de 2021). *LA ROSCA (Programa completo 1/11/2021)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=TFSEW2sW0bA>

Todo Noticias (21 de septiembre de 2022). *SOLO UNA VUELTA MÁS (Programa completo 21/09/2022)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=peNwyqEOdnk>

Todo Noticias (23 de febrero de 2022). *W: VER Y REVER, EL PROGRAMA DE NICO WIÑAZKI (Programa completo 22/2/2022) | Los jubilados sin Caribe* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1z1paNWKQp8>

Todo Noticias (25 de julio de 2021). *EL CIERRE DE LISTAS EN “A DOS VOCES” (Programa especial del 24/07/21)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=7Pq-HwtD6X0>

Todo Noticias (26 de agosto de 2021). *A DOS VOCES (Programa completo 25/8/2021)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=hQMdvrUc1jw>

Todo Noticias (27 de mayo de 2022). *VERDAD / CONSECUENCIA (Programa completo 26/05/2022)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=xlj9py0l8S0>

Todo Noticias (27 de octubre de 2022). *A DOS VOCES (Programa completo del 26/10/2022)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=sV11kPjRDSk>

Todo Noticias (28 de noviembre de 2022). *SOLO UNA VUELTA MÁS (Programa completo del 27/11/22)* [Archivo de video]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=RthUjM6Nr9A>

Todo Noticias (29 de agosto de 2022). *SOLO UNA VUELTA MÁS (Programa completo 28/8/2022)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Ok7aTaOZCRs>

Todo Noticias (30 de agosto de 2022). *LA ROSCA (Programa completo 29/07/2022)* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=JAaFwJm3dYQ>

Todo Noticias (31 de julio de 2022). *Zuñic, Mondino, Milei y Acosta en SÓLO UNA VUELTA MÁS (Programa el 31/07/2022)* [Archivo de video]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=dL6nWH8JurA>

Todo Noticias (9 de septiembre de 2021). *A DOS VOCES (Programa completo 8/9/2021) | PASO 2021: el cierre en A DOS VOCES* [Archivo de video]. Youtube.

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