

Licenciatura en Ciencia Política
Escuela de Política y Gobierno
Universidad Nacional de San Martín

Tesina de Investigación

“YouTube como escenario político: Las estrategias de comunicación de Javier Milei y Sergio Massa en la campaña presidencial de 2023”

Nombre de la tesista: Candela Belén Cuenca

Nombre del tutor: Iván Schuliaquer

Fecha: Septiembre de 2024

GRACIAS

A la Universidad Nacional de San Martín. Gracias por ser pública, gratuita, de calidad e inclusiva. Gracias por permitirme formarme junto a los mejores profesionales, por dejarme conocer y vivir otras realidades. Gracias por la oportunidad.

A mi tutor, Iván Schuliaquer. Gracias por aconsejarme y guiarme durante esta travesía llamada “escribir una tesis”. A Lucía Vincent, mi profesora de Taller II, gracias por confiar en mí, por sus comentarios que permitieron que esta tesis se termine y por demostrarnos la gran persona que es. Es un honor y un privilegio haberla tenido como profesora.

A los amigos que me dejó la cursada, Daniela y Ezequiel. Gracias por las tardes de mates y escritura. Gracias por sus valiosos comentarios y su apoyo incondicional. Gracias por creer en mí. Sin ustedes, hoy no tendría una tesina terminada.

A mis dos grandes amigas y hermanas, Solana y Belén. Gracias por escucharme hablar de mi carrera una y otra vez durante estos cinco años. Gracias por estar, por permitirme crecer junto a ustedes, por aceptarme y quererme tal como soy. Espero con ansias el día en que pueda decir que somos tres egresadas de la UNSAM.

A mi mamá y mi hermano. Gracias a mi mamá, por esforzarse todos los días para darnos siempre lo mejor, por alentarme a estudiar, por apoyarme y, sobre todo, gracias por entenderme. Gracias a mi hermano, por ser lo mejor que me pasó en la vida, gracias por tu aguante, tus risas y tus abrazos.

A mi papá. Gracias por enseñarme la importancia de estudiar. Gracias por demostrarme que nunca voy a estar sola. Prometo llevarte siempre en mi corazón. Espero que, donde sea que estés, te sientas orgulloso de mí, porque una parte de todo esto es por y para vos.

A mí. Por último, no quiero dejar de darme las gracias a mí misma, por no rendirme, por confiar en mí, aunque a veces me sea difícil. Hoy, después de cinco años y medio, una pandemia, mucho crecimiento y aprendizaje, pero también muchas crisis, entrego una tesina terminada. Llegué.

Resumen

En los últimos años, las redes sociales han redefinido la interacción pública y la difusión de información, desafiando el papel de los medios tradicionales y siendo adoptadas por los políticos como canales directos de comunicación con la sociedad, lo que ha dado lugar a nuevas estrategias de campaña y discursos políticos. El objetivo de este estudio es explorar las estrategias de comunicación utilizadas por los políticos en la plataforma digital YouTube durante una campaña electoral. Se parte de la premisa de que los candidatos emplean enfoques diversos en el uso de esta plataforma: algunos prefieren un enfoque tradicional, ofreciendo contenido institucional y de gestión, mientras otros optan por una estrategia disruptiva, publicando recortes editados y específicos de contenidos que se originan en otros medios, con un lenguaje más adversativo y de rechazo al resto de los actores políticos. La metodología empleada se basa en un enfoque cualitativo y comparativo, analizando el contenido de los vídeos subidos a YouTube durante la campaña presidencial argentina de 2023 de los candidatos que llegaron al balotaje: por un lado, el candidato del peronismo, Sergio Massa, y por el otro lado, el candidato libertario, Javier Milei. Esta investigación busca realizar un aporte a los estudios en comunicación política, al centrarse en el novedoso papel de YouTube como herramienta clave en la difusión de información política durante las campañas electorales.

Palabras clave: Youtube - Redes sociales - Javier Milei - Sergio Massa - Campaña electoral

Índice:

1. INTRODUCCIÓN	4
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN	6
2.1. ¿Una política mediatizada?	7
2.2. Campañas 2.0	7
2.3. Un nuevo horizonte: Youtube	9
3. MARCO TEÓRICO	11
4. METODOLOGÍA	14
5. DESARROLLO	17
5.1. El camino hacia la casa rosada - Elecciones Presidenciales Argentinas 2023	17
5.2. La gestión como foco de atención: la campaña de Sergio Massa en Youtube	19
5.3. La televisión como aliada de la Libertad: la campaña de Javier Milei en Youtube	23
5.4. Cara a Cara: Análisis comparativo de las estrategias de comunicación en Youtube	27
6. REFLEXIONES FINALES	32
7. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS	35

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, las redes sociales han adquirido un papel central como espacio público y como canal esencial para el consumo de información. Los políticos contemporáneos han adoptado activamente estas plataformas digitales como medios de comunicación directa con la sociedad, lo que está transformando el papel tradicional de los medios de comunicación convencionales y del ámbito periodístico (Schuliazuer y Vommaro, 2020). Esta tendencia, también, ha dado lugar a la aparición de nuevas formas de discurso político y estrategias de campaña (Slimovich, 2019).

Las elecciones presidenciales argentinas de 2023 llegaron con un fenómeno extraordinario y completamente novedoso para el país: un *outsider* de la extrema derecha, con una corta carrera política, gana en segunda vuelta con el 55.65% de los votos.¹ La llegada de Javier Milei a la presidencia se apoyó en varios factores, incluyendo aspectos económicos, sociales y políticos. Dentro de su ascenso se destacó una estrategia de campaña política enfocada en el uso efectivo de los medios de comunicación y de las redes sociales. La televisión desempeñó un papel destacado al proporcionarle visibilidad, y las redes sociales emergieron como su pilar fundamental. En pocos años y gracias a las nuevas tecnologías, este candidato logró obtener popularidad y una extensa red de apoyo.

La estrategia de comunicación política de Milei durante la campaña es destacable, principalmente en la plataforma YouTube donde no posee una cuenta oficial. En su lugar, se apoyó en cuentas satélites que trabajaron activamente inundando la red de videos a su favor. Por otro lado, si bien el candidato que participó del balotaje y fue su contrincante, Sergio Massa, hizo uso de las redes sociales, su participación en este espacio público, particularmente en la plataforma YouTube, demostró características muy diferentes. Ante este marcado contraste en la forma de participar, que a la vez tuvo efectos muy disímiles, la presente investigación propone la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las diferencias en las estrategias de comunicación que utilizan los políticos en la plataforma digital YouTube durante una campaña electoral? El caso argentino es un laboratorio privilegiado para indagar esta cuestión.

La hipótesis de la investigación plantea que las redes sociales tienen un rol fundamental y central durante las campañas electorales, ya que son utilizadas como herramientas para acercarse a los votantes, para mostrar sus propuestas, para atacar a sus contrincantes y para

¹ <https://nuso.org/articulo/el-huracan-milei/>

generar nuevas narrativas. Sin embargo, no todos los candidatos adoptan las mismas estrategias de comunicación política durante una campaña electoral, especialmente en la plataforma digital YouTube. Por un lado, algunos candidatos optan por utilizar esta plataforma adoptando una estrategia “tradicional”, caracterizada por mostrar un contenido institucional o de gestión, propagandístico, similar a los tradicionales spots de campaña en televisión, o un contenido referido a la campaña en el territorio. Por otro lado, otros candidatos desafían estas formas tradicionales y adoptan una estrategia “disruptiva”, emplean un lenguaje más agresivo y autoritario en sus videos, atacan a sus rivales, crean contenido mediante recortes y ediciones específicas, y se apoyan en una red de canales para promover su candidatura de manera más efectiva. Estos políticos crean, a través del discurso disruptivo y violento, una red comunitaria, donde las personas se agrupan según sus gustos, vínculos e ideologías, y en la cual se sienten libres de expresarse fuera de los márgenes políticamente aceptables en contextos democráticos. Lo que produce que el engagement de los usuarios aumente junto con la polarización política y el extrañamiento hacia un otro (Schuliaquer 2023).

La metodología empleada en esta investigación adopta un enfoque cualitativo con un diseño descriptivo y comparativo. Para investigar este fenómeno y comprobar la hipótesis, el estudio se centra en analizar y comparar las estrategias empleadas en YouTube durante la campaña presidencial argentina del año 2023 de los dos candidatos que llegaron al balotaje: Sergio Massa y Javier Milei. Cada uno de estos candidatos optó por estrategias de comunicación muy diferentes, Sergio Massa optó por una estrategia tradicional, mientras que Javier Milei escogió una estrategia disruptiva. La investigación se basa en el estudio de fuentes primarias, específicamente en el análisis de cada uno de los vídeos subidos a YouTube durante la campaña 2023. El periodo de análisis abarca desde el 14 de agosto, un día después de las elecciones primarias abiertas, simultáneas y obligatorias, hasta el 20 de noviembre, día posterior al balotaje. Este periodo fue seleccionado con el propósito de mostrar el contraste en la comunicación política entre los dos candidatos que tuvieron el apoyo necesario para llegar hasta dicha instancia.

Los trabajos de comunicación política que observan el uso de YouTube como transmisor y creador de información política, y como herramienta clave durante las campañas electorales son aún escasos. La mayoría de las investigaciones en torno a redes sociales se concentran en Twitter y Facebook, dejando de lado plataformas que pueden mostrar un análisis más global y relevante de la importancia que fueron adquiriendo los nuevos canales digitales en la

comunicación política 2.0 (Gil Ramirez, 2019). Estudiar el consumo y producción de videos políticos en YouTube empíricamente es una forma de llenar parte de esa vacancia de investigaciones sobre un espacio fundamental de la escena pública.

Esta investigación se organiza en tres partes. En la primera, se aborda el estado de la cuestión, donde se exponen los antecedentes académicos existentes respecto a nuestro tema de estudio, seguido del marco teórico, donde se presentan los conceptos teóricos empleados, y luego la metodología utilizada, donde se justifican los casos analizados. En la segunda parte, se lleva a cabo el desarrollo y el análisis de los casos correspondientes. Se contextualiza brevemente la campaña electoral y se presenta el análisis y la comparación del uso de la plataforma digital YouTube por parte de los candidatos. Finalmente, en la tercera parte, se presentan las conclusiones que surgen de la investigación y algunos desafíos próximos para la política vinculados al tema analizado.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

El estado de la cuestión se estructura en varias secciones. En la primera, se realiza una exploración del contexto histórico de la mediatización, haciendo énfasis en el impacto de la televisión y los medios masivos de comunicación. En la segunda, se analiza la evolución de las campañas electorales y el uso de estrategias mediáticas más sofisticadas y la profesionalización de la publicidad política. En este apartado, se discute la transición a la era digital, centrada en la influencia de internet y las redes sociales en las campañas políticas, destacando ejemplos significativos como las campañas de Barack Obama y Donald Trump, así como las innovaciones en la comunicación política en Argentina por parte del PRO. En la tercera y última sección, se profundiza en el papel de YouTube como una plataforma emergente en la comunicación política, incluyendo investigaciones que examinan su uso en campañas electorales y su impacto en la dinámica política. Asimismo, se demuestra la necesidad de llenar el vacío existente en la literatura sobre la investigación de esta plataforma.

2.1. ¿Una política mediatizada?

Para comprender la mediatización de la política es esencial entender dos hechos históricos que marcaron su emergencia. En primer lugar, la llegada de los medios de comunicación masivos como la radio y la prensa, y en segundo lugar, la llegada de la televisión en los años 50. Gabriel Vommaro (2008), argumenta que la mediatización de la política en la Argentina surge con la privatización de los medios de comunicación y la creación de una cultura televisiva que termina

de consolidarse en los años 90. En este escenario, la audiencia se termina de configurar a nivel nacional, los ciudadanos ya no se movilizan hacia eventos partidarios y los políticos encuentran en las pantallas su principal vía de conexión. Los ciudadanos se familiarizan con sus candidatos a través del televisor, mientras que los políticos muestran un interés creciente en participar en los medios de comunicación y entender sus dinámicas. En este punto, las apariciones en los canales de televisión se convierten en la estrategia política más efectiva (Vommaro, 2008). Con el tiempo, esta dinámica transformó las campañas electorales, dando lugar a la profesionalización de las estrategias mediáticas y la aparición de especialistas en publicidad política. La importancia de la imagen y la presentación en los medios se volvió crucial para los candidatos, influenciando incluso la vestimenta y la gestualidad (Vommaro, 2008)

Con la crisis de los medios de comunicación masiva y el surgimiento de nuevas tecnologías y plataformas en línea, Slimovich (2019) sostiene que emergió una nueva fase de la mediatización política, caracterizada por una estrecha relación entre la política y las redes sociales. Este proceso de digitalización ha generado una interconexión entre los medios de comunicación tradicionales, las dinámicas mediáticas, las estrategias políticas y las redes sociales. En este contexto, los políticos tienen la oportunidad de establecer un contacto directo con los ciudadanos a través de las redes sociales, sin la intermediación de periodistas, lo que ha llevado a un proceso de desintermediación (Slimovich, 2017).

2.2. Campañas 2.0

Internet y las redes sociales han introducido nuevas posibilidades en la comunicación política, transformando y redefiniendo la relación entre los medios y la política (Holtz-Bacha, 2013). Pero ¿qué impacto tienen estas nuevas tecnologías en las campañas electorales? En los Estados Unidos, el uso del correo electrónico e internet en las campañas políticas se remonta a la década de 1990. Sin embargo, las elecciones de 2008 y 2012 fueron ejemplos mucho más claros de los efectos que pueden tener los nuevos medios en este contexto. La autora Holtz-Bacha (2013) sostiene que la campaña electoral de Barack Obama en 2008 marcó un punto de inflexión en el uso de las redes sociales y las campañas políticas, siendo un ejemplo destacado del empleo de tecnologías digitales para ganar votos. El uso de correos electrónicos, sitios web, redes sociales como Facebook y YouTube, blogs y mensajes de texto demostraron ser herramientas útiles y admiradas. Años después la campaña de Donald Trump logró imponer a las redes sociales como la principal vía de comunicación con su electorado dejando de lado los canales tradicionales y

mostrando que el uso de nuevas tecnologías fueron determinantes en su victoria (Rodríguez, 2018).

Investigaciones como las de Rocío Annunziata, Andrea Ariza y Valeria March (2018), centradas en Argentina, señalan que los líderes del PRO fueron los pioneros en el uso de las redes sociales para su comunicación política. Ariza (2016) estudió la campaña de Macri en el 2015 y argumenta que el candidato apeló a una comunicación familiar y emocional para poder llegar a los ciudadanos desde un sentido mucho más representativo y apelando a los valores tradicionales. Además, invitó a la ciudadanía a involucrarse en la campaña a través de hashtags, lo que supuso una campaña mucho más participativa en el ámbito digital.

En sintonía con lo anterior, la autora también argumenta que en este nuevo espacio público mediatizado las decisiones pasan a ser tomadas por un grupo de profesionales especializados en lugar de ser tomadas por militantes, programas políticos o identidades hereditarias. La selección de candidatos se basa en los resultados de encuestas y se establece una nueva lógica de visibilidad, donde los acontecimientos políticos sólo adquieren relevancia en la medida en que son visibles en el sistema de comunicación. Ariza (2016) sostiene que si bien el poder reside en la exposición pública y los políticos deben mostrarse y aparecer en los medios para llevar a cabo una campaña, las redes sociales han creado un nuevo espacio de encuentro y debate donde el contacto con los candidatos es más directo. Por su lado, Schuliaquer (2023) argumenta que las redes sociales inciden fuertemente en la forma de participar en el espacio público, y que este fenómeno refuerza la creación de comunidades donde las creencias y opiniones son compartidas, lo que permite que los candidatos generen una mayor pertenencia y comodidad para expresarse.

2.3. Un nuevo horizonte: YouTube

Una vez explorados los medios de comunicación, la política y la irrupción de las redes sociales durante las campañas electorales, es crucial profundizar en el estudio de la plataforma digital que es objeto de esta investigación. YouTube es una red social y plataforma digital que permite a sus usuarios publicar y descargar videos en línea (Carlón, 2013). Carlón (2013) argumenta que el hecho de que cualquier usuario pueda subir videos, ya sean producciones propias o no, no debe pasarse por alto en la historia de la mediatización. Este autor presenta a YouTube como el principal medio audiovisual de nuestra era y como un producto de la cultura de los jóvenes nativos digitales.

El campo de la comunicación política presenta escasas investigaciones en lo que respecta al estudio de YouTube y su relación con el mundo de la política. Un ejemplo, es la investigación llevada a cabo por las autoras Virginia Martín-Jiménez, Salomé Berrocal Gonzalo y Alicia Gil-Torres (2017), quienes estudiaron las elecciones generales del año 2016 en España y sugieren que son los actores más directamente implicados en el proceso electoral los que utilizan la comunicación digital para difundir, reproducir o participar en comentarios sobre videos, en lugar de los propios partidos políticos o los medios de comunicación. La baja participación de los partidos y los políticos en YouTube resulta intrigante, dado que esta plataforma representa un instrumento de difusión que podría ayudar a compartir acciones específicas y mejorar la imagen de los candidatos (Martín-Jiménez et al., 2017). Además, las autoras argumentan que, si bien YouTube sirve como un espacio de gran alcance para los medios de comunicación tradicionales, es principalmente "un foro de exposición de creaciones audiovisuales diseñadas para ser consumidas en la red" (Martín-Jiménez et al., 2017, p. 940).

La autora Marta Gil Ramirez (2019), quien examinó la participación de la esfera política en YouTube durante la campaña electoral catalana de 2017, argumenta que la intervención ciudadana en estas redes y en el contenido político ha modificado la estructura tradicional de poder, obligando a los partidos políticos a adentrarse en estos nuevos medios en busca de votos. La autora plantea que "en la Red se impone un lenguaje directo, conciso, con elementos audiovisuales o gráficos llamativos, es decir, unos modos de expresión política equidistantes al tradicional hacer de la política mediatizada" (Gil-Ramirez, 2019, p. 145). Plantea el concepto de los "prosumidores", es decir, los consumidores y productores que emergen de estas nuevas tecnologías que impactan en el entorno político y social, convirtiéndose en actores clave. Las conclusiones a las que llega la autora indican que los políticos no se adaptan adecuadamente a las audiencias digitales y utilizan YouTube simplemente como una plataforma para repetir discursos que fueron generados por los medios tradicionales. En general, los videos subidos suelen ser producciones de medios de comunicación de masas con algunos cambios textuales o audiovisuales.

Por otro lado, el estudio realizado por Rebecca Lewis (2019) analiza cómo los youtubers ganan popularidad utilizando determinadas técnicas de "microcelebridades" con fines políticos. La autora define la "microcelebridad" como una táctica de autopresentación, donde los youtubers se presentan como figuras públicas y consumibles, utilizando la intimidad como una estrategia

para ganar seguidores, a los que ellos consideran fans. Estos youtubers se oponen abiertamente a los medios de comunicación tradicionales y al progresismo. Enfatizan en tres cualidades: “Relación, Autenticidad y Responsabilidad” (Lewis 2019, 4). Buscan establecer una confianza con su audiencia que les permita apartar el consumo de las noticias tradicionales. YouTube promueve la creación de un contenido fuera de los límites de los medios convencionales y fomenta de esta manera este tipo de prácticas. En esta plataforma han surgido géneros utilizados debido a sus bajos costos y altos niveles de intimidad, como son los vlogging², donde se les habla directamente a los espectadores. Si bien el estudio demuestra que estas tácticas pueden ser percibidas como progresistas y democratizadoras, se le da especial énfasis a la preocupación, ya que están siendo utilizadas en la actualidad para promover visiones libertarias del capitalismo en lugar de democratizar a los medios.

En la misma línea, Alan Finlayson (2022) estudia la presencia de “ideological entrepreneurship”³ en red que se encargan de difundir ideas específicamente políticas alrededor de las redes sociales. YouTube permite la producción y consumo de contenidos, por ende, da vida a nuevos tipos de relaciones entre los individuos y las ideas políticas. La investigación expone que a través de la participación política en este tipo de canales se forman las comunidades políticas, a las cuales el autor caracteriza como similares a las comunidades de fanáticos y no como un grupo cívico de personas. Son individuos que muestran un arraigado apego hacia ciertas ideas políticas. Las plataformas digitales actuales posibilitan que nuevos actores políticos alcancen audiencias masivas, lo que contribuye a la diversificación de las ideologías políticas. Sin embargo, en varios casos, estas plataformas también propagan extremos dentro de una determinada corriente ideológica.

Este trabajo de investigación representa un aporte empírico al abordar las estrategias de los políticos en YouTube durante una campaña electoral. Hasta la fecha, existe una notable escasez de información sobre este tema, y en específico sobre esta plataforma digital. El estudio se enfoca en llenar este vacío al analizar detalladamente la campaña de Javier Milei y Sergio Massa en la plataforma digital YouTube. Se busca, de esta manera, ofrecer nuevas perspectivas sobre

² Publicación de contenido multimedia en formato vídeo donde se transmite una información, opinión o experiencia personal

³ Traducción de “ideological entrepreneurship”. Definición: “individuals earning a living from disseminating political ideas” (Finlayson, 2022, 63). Traducción propia: Emprendedores ideológicos

la relación entre la política y las plataformas digitales, contribuyendo así a un entendimiento más amplio de la política contemporánea en Argentina.

3. MARCO TEÓRICO

El objetivo general de esta investigación es estudiar las diferentes estrategias de comunicación política que utilizan los candidatos en la plataforma digital YouTube durante una campaña electoral. Para ello, es esencial entender el proceso de mediatización que tuvo la política a lo largo del tiempo, entender el funcionamiento de las redes sociales y, además, reconocer el papel emergente que tuvo la polarización política en los últimos años.

Las campañas electorales, entendidas como el tiempo legalmente determinado donde los políticos piden explícitamente el voto (Crespo y Moreno 2002), y sus contenidos, han cambiado a lo largo del tiempo y aún más con la llegada de las nuevas tecnologías y medios de comunicación que abrieron paso a la mediatización de la política y a nuevas prácticas (Vommaro, 2008). Los ciudadanos ya no se encuentran con sus candidatos en actos partidarios, porque ahora lo hacen frente al televisor. En la misma línea, los políticos dedican especial atención a la participación dentro de los medios de comunicación. La mediatización de la política se comprende, entonces, como el proceso mediante el cual se legitiman estos nuevos espacios privilegiados para la actividad política, al mismo tiempo que se convierten en generadores de eventos públicos con repercusiones en la distribución del poder simbólico y en el apoyo de la sociedad (Vommaro, 2008). El acceso al ámbito político se realiza mayormente a través de los medios de comunicación masiva. Estos se convierten en actores clave durante las campañas electorales y desempeñan un papel central (Slimovich 2017).

Cuando emergen los nuevos medios de comunicación basados en internet, y se reconfigura la comunicación masiva, nace lo que muchos autores describen como una sociedad “hipermediatizada”, donde “la digitalización, la convergencia, la divergencia y la interactividad” (Slimovich 2017, 190) son elementos omnipresentes.

La evolución de la comunicación política, desde los medios masivos hasta la era de la hipermediatización, ha transformado profundamente la manera en la cual se desarrollan las campañas electorales y se ejerce el poder político. Con el surgimiento de las redes sociales, entendidas tanto como un espacio donde los usuarios se encuentran y socializan, pero también como un lugar donde la política interviene (Calvo y Aruguete 2020), se abre un nuevo capítulo

en la historia. La comunicación política se fusiona con el entorno digital y la viralización de los contenidos. Este nuevo escenario plantea desafíos y oportunidades únicas, redefiniendo la forma en que se construyen y se transmiten los mensajes políticos.

Los discursos de los políticos que optan por marcar diferencias contra un otro y deslegitimar a las instituciones públicas ayudan a reforzar la polarización. La polarización se opone y dificulta los acuerdos, alimenta estereotipos negativos hacia los demás y erosiona la credibilidad en las instituciones democráticas (Waisbord 2020). El surgimiento de las redes sociales coincide temporalmente con el aumento de la polarización en varias democracias.

El internet acrecentó a través de la expansión de contenidos y la disponibilidad a la producción y distribución de contenidos, un proceso de fragmentación del público (Waisbord 2020). Los debates políticos dentro de las redes sociales suelen ocurrir entre usuarios que comparten ciertas ideologías. De esta manera se forman burbujas donde los argumentos e información que se encuentra dentro de ellas coincide ideológicamente con el pensamiento dominante de los usuarios que son parte de ella (Schuliazuer y Vommaro 2020). Existen autores que exponen que las redes sociales facilitan la participación política, por ende, se fortalece la polarización y plantean que la causa no son las burbujas informativas sino la intensificación de sentimientos de la identidad ideológica y partidaria propia de cada usuario (Waisbord 2020)

En este trabajo se analiza en específico la red social YouTube, entendida como una plataforma que permite a los consumidores distribuir sus videos de forma rápida y fácil. Esta plataforma nace en el año 2005 y desde ese momento aglutina contenido de distinta procedencia. Parte de su masividad viene determinado por su carácter gratuito y porque no se ajusta a una grilla de programación. Esta plataforma le permite a sus usuarios subir sus propios videos, pero también les permite suscribirse a diferentes canales, realizar comentarios y expresar si un video les gustó o no. También, existe una retroalimentación en los contenidos, lo cual alimenta una cultura participativa. Los usuarios son productores y creadores de contenido, pero también son consumidores (Cossalter 2021). Esta interacción entre productor y consumidor es mucho más rápida que en los medios tradicionales como la televisión y la radio. Además, existe un contenido mucho más comercial y no tanto artístico, cívico o político. En esta plataforma no es tan importante un video en específico, sino que tiene más peso el canal en sí y los suscriptores que este tiene (Finlayson 2020).

Esta investigación propone que los tipos de estrategias de comunicación política que usan los candidatos en las redes sociales se pueden categorizar en una “estrategia tradicional” y una “estrategia disruptiva”.

La estrategia del político “tradicional” se caracteriza por adoptar una comunicación más institucional y orientada a la información, donde se destaca la gestión, en caso de estar en el gobierno, y se hace hincapié en las propuestas de campaña y las políticas públicas. Profundiza en una campaña territorial que luego proyecta en las redes sociales. Este tipo de político se esfuerza por mostrar una imagen seria y con experiencia. En el ámbito de las redes sociales, su objetivo principal es amplificar su voz y alcanzar a una audiencia más amplia, utilizando las plataformas digitales como vehículo para difundir su mensaje político (Montero et al, 2023).

Por otro lado, la estrategia “disruptiva” emplea tácticas más confrontativas y dinámicas. El político que emplea esta estrategia no se adhiere a un perfil institucional o de gestión, sino que adopta un estilo más excéntrico y dogmático, utiliza un lenguaje más combativo e incluso ofensivo en sus vídeos. Se caracteriza por ser el prototipo de troll, el cual radicaliza su discurso dentro del debate público, fomenta la polarización y trata de ilegítimos a sus adversarios (Schulhauser 2023). Además, realiza un uso exhaustivo de la herramienta del “clickbait” para llamar la atención de los espectadores a través de los titulares, las imágenes y las ediciones de los videos. Una de sus estrategias principales es apoyarse en una red de "cuentas adyacentes", las cuales amplifican su capacidad de llegar a otros usuarios y difundir sus ideas políticas. En este sentido, el político disruptivo delega la expansión y protección de sus ideas a otros usuarios, mientras que su participación en medios tradicionales juega un papel crucial al generar una retroalimentación entre estos y las redes sociales, ya sea para ampliar su audiencia o para adaptar el contenido mediático a la dinámica digital a través de recortes (Montero et al, 2023).

Estas categorías ofrecen una visión diferenciada de cómo los políticos utilizan las redes sociales y los medios digitales para comunicarse con la audiencia, destacando las distintas estrategias y estilos de comunicación que pueden adoptar en el entorno político actual. Es importante entender estas dinámicas para comprender el panorama político actual durante las campañas electorales.

El propósito de esta investigación es evidenciar mediante el análisis de la red social YouTube que los dos candidatos que alcanzaron el balotaje de las elecciones presidenciales del año 2023,

Sergio Massa y Javier Milei, adoptaron dos estrategias de comunicación política claramente diferenciadas. Javier Milei optó por una estrategia más disruptiva, mientras que Sergio Massa siguió un enfoque más tradicional.

4. METODOLOGÍA

Las elecciones presidenciales argentinas del 2023 marcaron un punto de inflexión en la historia, trayendo consigo grandes sorpresas. La dinámica de los últimos 15 años de la política argentina marcada por el enfrentamiento de la coalición centro-izquierda (kirchnerismo) versus centro-derecha (macrismo) se vio revolucionada por la irrupción de la ultraderecha como actor principal de la escena (Ramírez, Vommaro 2024). En segunda vuelta, los dos candidatos enfrentados fueron el novedoso influencer libertario, Javier Milei, y el político ya reconocido, Sergio Massa, el cual en esta oportunidad representaba a la coalición peronista del partido Unión por la Patria.

Javier Milei se hizo conocido como un influencer mediático. Su participación en televisión, que tiene sus orígenes en el 2018, y su presencia en redes sociales, como TikTok y Youtube, fueron una herramienta efectiva durante su campaña electoral (Schuliaquer 2024). Por otro lado, su falta de experiencia política previa y su carencia en habilidades en gestión pública, así como la ausencia de una organización sólida hicieron aún más extraño su éxito en las elecciones presidenciales (Ramírez y Vommaro, 2024). Por estos motivos, es llamativo observar el respaldo que Milei recibió durante la campaña electoral en las redes sociales, en particular, en la plataforma digital YouTube, donde el candidato contó con aproximadamente 18 canales que lo respaldaron y difundieron sus ideas⁴. Este fenómeno subraya el papel cada vez más relevante de las plataformas digitales y la importancia de estudiar estos casos, donde los dos candidatos que llegaron al balotaje presentaron estrategias de comunicación durante la campaña radicalmente distintas en una misma plataforma.

En este contexto político es relevante realizar un análisis detallado de las diferentes estrategias de comunicación política implementadas en la plataforma YouTube durante la campaña electoral argentina del año 2023. Esta investigación se basa en un enfoque cualitativo con un diseño descriptivo y comparativo. En esta línea, se realizó un análisis de contenido con el fin de examinar minuciosamente el material audiovisual subido a YouTube. Este diseño metodológico proporcionó una comprensión exhaustiva de las dinámicas y tácticas

⁴ https://www.clarin.com/politica/guerra-relato-18-canales-defienden-milei-record-millonario-visitas_0_mhP1HnoEJw.html

comunicativas empleadas por los candidatos que permitió identificar y contrastar las diversas estrategias comunicativas utilizadas por ambos en el contexto específico de la plataforma digital.

La fuente primaria de datos fueron todos los videos subidos a YouTube durante el periodo de la campaña electoral, comprendido desde el 14 de agosto, un día después de las elecciones Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias, hasta el 20 de noviembre del año 2023, día posterior al balotaje. Se analizó el canal asociado directamente al candidato Sergio Massa, pero en el caso del candidato Javier Milei, al no contar con una cuenta oficial en esta plataforma y siguiendo la táctica de "cuentas adyacentes" mencionada anteriormente, se analizó la cuenta más popular y representativa que apoya al candidato, "El Peluca Milei". Estos dos canales permitieron una visión completa y contextualizada de la comunicación política en YouTube durante el periodo electoral 2023.

Para llevar a cabo un análisis exhaustivo de la variable "estrategias de comunicación política" en la plataforma YouTube, se operacionalizó una serie de dimensiones junto con sus respectivos indicadores y categorías. Estas dimensiones proporcionan un marco detallado y minucioso para el estudio de caso. Se evaluó el lenguaje utilizado en los videos, considerando tonos que pueden variar entre eufórico o efusivo, agresivo o fuerte y tranquilo, conciliador o sereno. Se analizó el contenido de cada video y se clasificaron según su contexto, dividiéndolos en categorías como spots de campaña, actos políticos y recorridas, contenido institucional o de gestión (entendiéndose cómo información referida a la administración pública o las actividades en un ámbito corporativo), entrevistas en canales de televisión y ámbitos de entretenimiento y espectáculo. Dentro de esta misma sección, también se analizó las temáticas predominantes mencionadas en los videos, clasificándolas en: Ideológico- Propuestas de campaña - Gestión. Entendiendo ideológico a las teorías políticas y económicas, propuestas de campaña a las políticas públicas que planean implementar al asumir al gobierno, y gestión a las medidas políticas tomadas durante el periodo en cuestión. La interacción en los videos se midió a través de la cantidad de likes, vistas y comentarios. Asimismo, se analizó el título del vídeo, diferenciando aquellos que emplean un lenguaje agresivo de un lenguaje sereno y quienes emplean palabras ofensivas o acciones ofensivas, de aquellos que son descriptivos sin palabras ofensivas. Finalmente, se analizó la producción contemplando la duración de cada video analizado, la cantidad total de videos publicados durante el periodo estudiado y se diferenció

entre los tipos de producción de los videos, como cortos o clips de otros medios y producción realizada exclusivamente para la plataforma (spots, videos oficiales).

Cuadro 1: Operacionalización de las dimensiones

Variable	Dimensión	Indicador	Categoría
Estrategias de comunicación política	Lenguaje	Tono del lenguaje	Eufórico - efusivo
			Agresivo - Fuerte
			Tranquilo - sereno - conciliador
	Contenido	Contexto	Spots de campaña
			Actos políticos - recorridos
			Entrevistas
			Entretenimiento
			Institucional - De gestión
		Tema	Ideológico
			Gestión
			Propuestas de campaña
	Interacción	Likes	Cantidad de likes
		Vistas	Cantidad de vistas
		Comentarios	Cantidad de comentarios
	Título	Característica del título	Agresivo
		Palabras claves utilizadas	Sereno
			Ofensivas
	Producción	Tipo de producción	Descriptivas
			Cortos/ clips de otros medios
		Duración	Producción hecha exclusivamente para la plataforma - spots - videos oficiales
			Cantidad de minutos
		Cantidad	Cantidad de videos

Los resultados de la investigación se analizaron en función de las categorías teóricas de "estrategia tradicional" y "estrategia disruptiva". Se identificaron y describieron las principales estrategias de comunicación utilizadas por cada candidato en YouTube, destacando similitudes, diferencias y patrones recurrentes. Esta comparación permitió una comprensión más profunda de las dinámicas comunicativas en la plataforma y su relación con los contextos políticos y mediáticos

5. DESARROLLO

El desarrollo de esta tesina esta compuesto de cinco ejes. En el primer eje, se aborda el contexto electoral para situar adecuadamente el análisis. En el segundo y tercer eje, se desarrolla una descripción cuantificable del uso de YouTube por parte del candidato Sergio Massa y Javier Milei. En el cuarto, se realiza una comparación y un análisis político de las estrategias empleadas por ambos candidatos en esta plataforma. Y finalmente, en el quinto eje, se presentan las conclusiones derivadas del estudio y se esbozan posibles líneas futuras de investigación.

5.1. El camino hacia la casa rosada - Elecciones Presidenciales Argentinas 2023

Las elecciones presidenciales del año 2023 se llevaron a cabo en un contexto de profunda crisis económica, caracterizada por una inflación que superaba el 100% anual al final del gobierno de Alberto Fernandez (2019 - 2023), y un creciente distanciamiento entre los principales bloques político-electorales (Stefanoni 2023). Se sumaba a esto una sociedad en la cual el ascenso social se había reducido y donde la supervivencia pasó a verse como un desafío (Natanson, 2023). De esta manera, los factores económicos y sociales marcaron un quiebre en el esquema electoral que venía dominando los últimos 15 años. La tradicional rivalidad entre el peronismo, representado por el kirchnerismo en el espectro de centroizquierda, y el macrismo de Juntos por el Cambio, de orientación centro derecha, se vio alterada por la irrupción de Javier Milei y su partido de extrema derecha, La Libertad Avanza (Ramirez Vommaro, 2024).

En las elecciones generales, que se llevaron a cabo el 22 de octubre de 2023, Sergio Massa y Javier Milei pasaron al balotaje con el 36,7% y el 30% de los votos, respectivamente⁵. Al no alcanzar ninguna de estas dos fuerzas el 45% de los votos, ni el 40% con una diferencia de diez puntos respecto al segundo, se enfrentaron en segunda vuelta. Pero ¿quiénes son estos dos candidatos? y ¿qué representa cada uno de ellos?

Sergio Massa es un abogado que inició su carrera política en la Unión de Centro Democrático (UCeDé) y años más tarde se alineó con el peronismo. Fue diputado provincial en el año 1999 y dirigió la Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES) durante el corto gobierno de Eduardo Duhalde (2002 - 2003), y durante el gobierno de Nestor Kirchner (2003 - 2007). En 2007, se convirtió en intendente de Tigre y en 2008 asumió, por un periodo corto de tiempo, la jefatura de Gabinete del gobierno de Cristina Kirchner. En el año 2011 fue reelegido como intendente en Tigre y en 2013, tras distanciarse del kirchnerismo, fundó el Frente Renovador. Ganó una banca como diputado nacional y se presentó como candidato presidencial en el año 2015 obteniendo el 21% de los votos. En 2019, Massa regresa al kirchnerismo y encabeza la lista de diputados nacionales por la provincia de Buenos Aires, convirtiéndose en presidente de la Cámara. En agosto de 2022, finalmente asume como ministro de Economía dentro del gobierno de Alberto Fernández (2019 - 2023)⁶.

Este candidato representa a los sectores del peronismo más moderados, y si bien cuenta con el apoyo de Cristina Kirchner durante la campaña, la vicepresidenta no mostró una gran devoción por el candidato (Natanson, 2023). Emergiendo desde su papel de funcionario y político de

⁵ <https://www.pagina12.com.ar/601412-resultados-elecciones-2023-mapas-interactivos-con-los-datos->

⁶ <https://cnnespanol.cnn.com/2023/11/17/quien-es-sergio-massa-candidato-elecciones-argentinas-orix-arg/>

larga trayectoria hace hincapié en su pragmatismo político. Adopta un discurso centrado, sin recurrir al odio ni a la confrontación violenta contra el otro, y aboga por la unidad nacional. Su campaña se apoya en el respaldo territorial del peronismo y contrapone su enfoque "normal" frente a la "locura" representada por Milei (Schuster y Stefanoni, 2023).

Javier Milei es un economista neoliberal y se presenta como un outsider del ámbito político, carente de experiencia en la gestión pública. Su surgimiento coincide con un clima de descontento social y rechazo hacia las élites políticas y culturales. Reconocido por sus discursos anti establishment y su estilo excéntrico, ha sabido capitalizar el malestar presente en la sociedad argentina. Su ascenso comienza a tomar forma desde el año 2016, destacándose en medios de comunicación como la televisión y las redes sociales (Schuster y Stefanoni, 2023) y crea desde un principio una base electoral principalmente masculina y juvenil (Vommaro 2023)

Sin contar con una estructura partidaria sólida (Natanson 2023) , Milei igualmente logra ser elegido como diputado nacional en las elecciones legislativas del 2021, representando a la Ciudad de Buenos Aires. Su influencia en el debate público se ha visto potenciada por su habilidad como influencer y su personalidad mediática (Montero, Schuliaquer y Vincent, 2023). Utiliza las redes sociales de manera efectiva para amplificar su mensaje y movilizar a sus seguidores, logrando así una presencia constante en el ecosistema digital. Dicha presencia se manifiesta a través de una mezcla de mensajes oficiales, memes y debates, reflejando su esencia como figura mediática. Además, la parte más llamativa de su modo de operar es que descalifica a sus oponentes con insultos violentos y disruptivos que rápidamente se vuelven virales, dominando así el debate público.

El candidato de la Libertad Avanza es, finalmente, quien llega a la presidencia venciendo al candidato oficialista con el 55,65% de los votos⁷. No se puede dejar de mencionar en este trabajo que su victoria se vio impulsada significativamente por el respaldo del expresidente Mauricio Macri y Patricia Bullrich, líder del ala dura de la coalición Juntos por el Cambio (Schuster y Stefanoni, 2023).

5.2. La gestión como foco de atención: la campaña de Sergio Massa en Youtube

Para analizar la campaña electoral en Youtube del candidato Sergio Massa se tomó de referencia el canal que se identifica como @SergioMassa⁸. Si bien este canal no está verificado en la sección de información figura la descripción: "Canal oficial de Sergio Massa". Además,

⁷<https://www.lanacion.com.ar/politica/resultados-de-las-elecciones-2023-asi-fueron-los-numeros-del-balotaje-milei-massa-nid09122023>

⁸ <https://www.youtube.com/@SergioMassa>

se encuentra vinculado a las redes sociales oficiales del candidato. La cuenta fue creada el 13 de julio de 2013 y hasta la fecha, 2 de junio de 2024, se publicaron un total de 1,163 videos, tiene 45,300 suscriptores y acumula un total de 21,152,535 vistas. En la foto de portada del canal, se puede observar al candidato rodeado por jóvenes alborotados que esperan la oportunidad de tomarse una foto con él. A través de la misma, se procura proyectar una idea del candidato como una persona accesible y cercana al segmento juvenil. Esta imagen refuerza la idea de un candidato que es popular, cercano al pueblo y sobre todo a las nuevas generaciones. Las cuales, además de representar el futuro de nuestro país, también reflejan, durante el último tiempo, una crisis de representación frente a los clásicos políticos tradicionales.



Sergio Massa

@SergioMassa · 45.3 k suscriptores · 1.1 K videos

Canal oficial de Sergio Massa >

[instagram.com/sergiomassaok](https://www.instagram.com/sergiomassaok) y 4 vínculos más

Suscribirse

Entre el 14 de agosto y el 20 de noviembre de 2023, este canal subió un total de 220 videos a su sección correspondiente. En este estudio se analizaron 202 de estos videos, excluyendo aquellos en los cuales el candidato no realiza aparición alguna, como, por ejemplo, los videos de apoyo de Lula, presidente de Brasil; de Pedro Sánchez, presidente de España; y una reflexión de Andrés Manuel López Obrador, presidente de México. Además, se excluyeron también las transmisiones en vivo. Únicamente se analizaron los contenidos subidos a la sección "videos".

Es importante mencionar que YouTube cuenta con una función nueva llamada "shorts", que permite subir videos de hasta un minuto de duración con una posición vertical, muy similares a los videos de la red social TikTok. En esta línea, se identificaron 8 videos horizontales que duraban menos de un minuto y que parecían ser "shorts" subidos incorrectamente por el equipo del candidato a la sección de videos, los cuales fueron omitidos. Esto nos sugiere que la campaña de Massa no enfatizó en un uso correcto de las redes sociales, particularmente en esta plataforma. Suponemos que el candidato no contó con un equipo especializado exclusivamente dedicado a estos temas.

Se analizaron los videos según cinco dimensiones: Interacción, título, producción, contenido y lenguaje. A continuación, se detalla el análisis de cada una de estas dimensiones.

Para evaluar la interacción en cada uno de los videos, se consideraron el número de "me gusta", comentarios y reproducciones. Un hallazgo notable en el análisis de los videos de Sergio Massa es que solo 1 de los 202 videos analizados tiene comentarios, acumulando un total de 982 comentarios, mientras que los demás tienen los comentarios desactivados. Asimismo, el canal del candidato no proporciona información sobre el número de "me gusta" de cada video, por lo que no fue posible incluir este indicador en el análisis. En cuanto a las vistas o reproducciones, se observa que el canal tiene un promedio de 6,033 vistas por video. El video titularizado “La educación pública y gratuita es el mejor remedio contra la pobreza ❤️AR #Debate2023”⁹, con una duración de 2:02 minutos es el video que tiene menos vistas (344 vistas) hasta el momento (02/06) en su canal. En contraste, el video con mayor número de vistas, un total de 4.893.909, es uno de los videos de spot de campaña llamado “Tenemos con qué AR”¹⁰, con una duración de 2:20 minutos.



Tenemos con qué AR

Sergio Massa • 4.8 M de vistas • hace 8 meses



La educación pública y gratuita es el mejor remedio contra la pobreza ❤️AR #Debate2023

Sergio Massa • 347 vistas • hace 8 meses

❤️AR #Debate2023 La educación pública es el mejor remedio contra la pobreza. Es el instrumento más importante de movilidad social ascendente. Es la que permite que el hijo de un...

Se llevó a cabo un análisis de los títulos de los 202 videos, encontrando en su mayoría títulos descriptivos sin el uso de términos ofensivos. Además, muchos de estos títulos apelan a la afectividad, expresando gratitud y promoviendo una imagen gubernamental que aboga por la unidad nacional. Ejemplos de esta tendencia incluyen títulos como “Cuenten conmigo, cuento

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=HJFTYhJEjd8>

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=7YX6hSgEmFc>

con cada uno de ustedes, Gracias de todo corazón. AR ❤️”¹¹, “Llegó la hora de la Unidad Nacional”¹². Además, se observa que muchos de ellos incluyen la fecha al inicio del título, proporcionando orientación temporal y espacial a los espectadores.

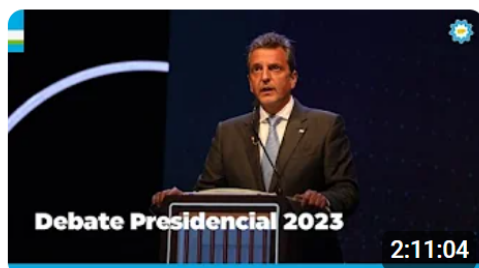


Cuenten conmigo, cuento con cada uno de ustedes. Gracias de todo corazón. AR ❤️

Sergio Massa • 4.2 K vistas • hace 7 meses

Gracias a los más de 25 millones de argentinos que fueron a votar, nuestra democracia salió más fuerte. Voy a convocar a un gobierno de unidad nacional con los mejores y sin importar su...

Para analizar la dimensión de producción, el análisis se basó en tres indicadores: tipo de producción, duración de los videos y cantidad. Como se mencionó previamente, se subieron un total de 220 videos desde el 14 de agosto al 20 de noviembre. El video más largo fue el del primer debate presidencial¹³, con una duración de 2 horas, 11 minutos y 4 segundos. En contraste, los videos más cortos, ambos de un minuto de duración, fueron titulados 'La dolarización permite blanquear el dinero del narcotráfico - Entrevista en @NeuraMedia con Fantino'¹⁴ y “Quiero pedirte que a la urna no vayas ni con bronca ni con odio, andá con esperanza ❤️ AR #Debate2023”¹⁵.



01-10-2023 | PRIMER DEBATE PRESIDENCIAL 2023 | ▶

Sergio Massa • 1.6 K vistas • hace 8 meses

En cuanto al tipo de producción de los videos, se clasificó utilizando las categorías "contenido exclusivo" y "cortos/clips de otros medios". El 29,7% (60) de los videos en el canal de Sergio Massa consisten en contenido tomado de otros medios digitales, incluyendo tanto medios tradicionales, como televisión y radio, así como nuevos medios digitale, como NeuraMedia, CajaNegra, Gelatina y también los canales de los streamers @MaiPistiner y @MoMoLaDinastia. El resto de los videos, que representan el 70,3% (142), fueron

¹¹ https://www.youtube.com/watch?v=mLa43v1_Rkw

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=n9y3H5fB7V0>

¹³ <https://www.youtube.com/watch?v=j2AktBQjAls>

¹⁴ https://www.youtube.com/watch?v=E1tV1KX_DVw

¹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=e1QEFzlyq8Q>

categorizados como contenido exclusivo, ya que eran mayormente videos grabados desde la gestión, es decir contenido exclusivo de Nación, o videos de los actos y recorridos de campaña.

Para el análisis de la dimensión de contenido, se realizó la siguiente clasificación: "Institucional - De gestión", "Actos políticos", "Spots de campaña", "Entrevistas" y "Mediático". El 55,9% (113) de los videos subidos durante la campaña fueron de índole institucional o de gestión. Estos videos mayormente documentan actividades relacionadas con la función ministerial, como inauguraciones de obras, discusiones sobre políticas, o aspectos de la gestión diaria. Un 24,8% (50) de los videos son entrevistas realizadas en otros medios de comunicación, donde Sergio Massa discute tanto aspectos referidos a su gestión como sus propuestas de campaña. Un 17,3% (35) corresponde a contenido sobre actos políticos, mientras que el 2% restante se divide entre spots de campaña (3) y contenido mediático (1).

Finalmente, se analizó la postura adoptada por Sergio Massa en sus videos. En general, el candidato adoptó una postura tranquila y serena en los videos institucionales y durante las entrevistas. En contraste, mostró un tono más efusivo en los videos relacionados con los actos de campaña. Estos hallazgos, basados en porcentajes, indican que el 87% (176) de los videos mostraron una postura tranquila y conciliadora frente a críticas y opiniones opositoras, mientras que el 12,9% (26) reflejó una postura más efusiva, apelando a la emotividad y al pedido del voto durante los actos políticos.

5.3. La televisión como aliada de la Libertad: la campaña de Javier Milei en Youtube

El candidato Javier Milei carece de una cuenta personal verificada en la plataforma YouTube, sin embargo, cuenta con al menos 18 canales que difunden y promueven activamente sus ideas a través de esta red social. Estos canales a menudo alcanzan niveles de audiencia comparables a los de los canales tradicionales de noticias. Algunos ejemplos destacados de estos canales incluyen: "El peluca Milei", "Mate con Moto", "Agarrá la Pala", "Break Point", "Urgente Milei", entre otros¹⁶. Para estudiar su estrategia de comunicación, se optó por analizar una de sus cuentas satélite más establecidas y populares: "El Peluca Milei". Este canal fue creado en 2020, coincidiendo con el inicio de la carrera política de Javier Milei, y fue crucial para su campaña y para su rol como diputado por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Detrás de esta cuenta se encuentra Tomás Jurado, un joven periodista de 23 años, quien durante la campaña producía sus videos en las oficinas - y bunker - de la empresa de Ramiro Marra, Bull

¹⁶ https://www.clarin.com/politica/guerra-relato-18-canales-defienden-milei-record-millonario-visitas_0_mhP1HnoEJw.html

Market Brokers¹⁷. En la actualidad acompaña los “momentos históricos”¹⁸ que lleva a cabo el presidente y forma parte del núcleo estratégico del equipo de comunicación de Javier Milei¹⁹.

El canal de YouTube "El Peluca Milei" (@ElPelucaMilei) es una cuenta verificada y en su sección de información cita la frase "Denme la libertad o denme la muerte". Esta cuenta no está vinculada exclusivamente a las cuentas personales de Javier Milei, en su lugar si lo está a todas las plataformas de redes sociales asociadas con "El Peluca Milei". La cuenta fue creada el 18 de noviembre de 2020 y, hasta el 5 de junio de 2024, se publicaron un total de 917 videos, cuento con 1,720,000 suscriptores y acumula un total de 629,338,166 vistas. En la foto de portada del canal se puede observar al candidato junto a la cita “Los políticos son unos parásitos”. Esto afirma su discurso anti establishment y refuerza su manera tajante de criticar respectivamente a la casta política. Esta imagen fortalece su postura desafiante ante la necesidad de un cambio radical frente a las estructuras de poder tradicionales de la política. Se proyecta así la idea de un referente con un liderazgo fuerte, que promete arrebatar contra todo y todos.



Durante el período entre el 14 de agosto al 20 de noviembre de 2023, se subieron 65 videos a la sección de "videos" de este canal. En este estudio, se analizó la totalidad de estos videos, sin excluir ninguno. Sin embargo, al igual que en el análisis del candidato Sergio Massa, se excluyeron las transmisiones en vivo y los videos de la sección de "shorts".

¹⁷ <https://www.perfil.com/noticias/politica/el-ejercito-de-milei-en-las-redes-uno-por-uno.phtml>

¹⁸ https://www.instagram.com/p/C3_rAy9lAMB/?igsh=c3J0dHh5OW1zaDlt

¹⁹ <https://www.infobae.com/opinion/2024/03/03/el-rotundo-triunfo-de-javier-milei/>

Como se mencionó previamente, se analizaron los videos de "El Peluca Milei" basándose en cinco dimensiones: Interacción, título, producción, contenido y lenguaje. A continuación, se detalla exhaustivamente cada una de estas dimensiones.

El análisis que se realizó de la interacción en el canal de "El Peluca Milei" es particularmente destacable ya que se evaluó los comentarios, los "me gusta" y las vistas. A diferencia del canal de Sergio Massa, "El Peluca Milei" tiene activados los comentarios en todos sus videos, los cuales tienen un promedio de 3,726 por cada uno. El video con menos comentarios es una entrevista de 1 hora y 27 minutos realizada por Alejandro Fantino en su canal digital NeuraMedia²⁰, acumulando un total de 1,392 comentarios. En contraste, el video con más comentarios lleva por título "MILEI EXPLOTÓ CON JAIME BAYLY LA ÚLTIMA ENTREVISTA ANTES DEL DEBATE PRESIDENCIAL PARTE 2/2"²¹ con un total de 20,085 comentarios en una duración de 29 minutos. Este mismo video es también el más visto en el canal, con un total de 3,423,189 reproducciones. En contraste, el video con menos vistas se titula "MILEI LANZÓ SU CAMPAÑA ANTE UNA MULTITUD DE GENTE"²², con una duración de 9 minutos y 154,977 reproducciones.

En cuanto al número de visitas promedio, "El Peluca Milei" registra un promedio de 572,132 vistas por video, una cifra notablemente superior al canal de Sergio Massa. A pesar de subir un cuarto de la cantidad subida por Sergio Massa, la diferencia en el total de vistas entre ambos canales es significativa. "El Peluca Milei" acumula un total de 50,272,235 vistas, mientras que el canal de Sergio Massa alcanza un total de 13,894,666 vistas. Este contraste sugiere que la cantidad de videos subidos no se correlaciona necesariamente con el impacto generado en los espectadores. "El Peluca Milei" ha demostrado ser más efectivo y atractivo para la audiencia con menos videos, pero de mayor resonancia. Por otro lado, El Peluca Milei tiene un promedio de 17.000 "me gusta", con un mínimo de 7.700 likes²³, y un máximo de 98.000²⁴ likes por video.

²⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=oxxWak1RdBI>

²¹ <https://www.youtube.com/watch?v=MnGGaEC5-mw>

²² https://www.youtube.com/watch?v=06_DcrGBbvY

²³ <https://www.youtube.com/watch?v=rcSIAICUOBE>

²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=MnGGaEC5-mw>



MILEI EXPLOTÓ CON JAIME BAYLY *LA ÚLTIMA ENTREVISTA ANTES DEL DEBATE PRESIDENCIAL* PARTE 2/2

El Peluca Milei ✓ 3.4 M de vistas • hace 6 meses

Programa: Jaime Bayly Parte 1: <https://youtu.be/MnGGaEC5-mw> LINK ORIGINAL:

<https://youtu.be/8vktktNp0h8l?si=XlC8uU7QVpPufCz3> Emisión: 7/11/2023 📌 AHORA ABRE EN LA APP 📌 ...

Los titulares de los videos de este canal presentan un caso interesante para el estudio. El 50% (35) de los videos adoptan un tono agresivo, utilizando palabras como "estalló", "explotó", "destrozó" y hacen uso de palabras consideradas ofensivas como "periodistas insoportables" "desburró". Además, se emplean palabras como "feminista", "comunista", "zurda", y "putas" como insultos. Estos titulares exaltan las acciones de manera dramática, reflejando la variabilidad emocional de Javier Milei, quien pasa de explosiones de ira contra individuos a momentos de llanto en pantalla durante transmisiones televisivas.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de estos titulares junto con sus respectivas gráficas:



MILEI EXPLOTÓ POR EL ESCÁNDALO DE INSAURRALDE CON PUT4S EN UN YATE

El Peluca Milei ✓ 382 k vistas • hace 8 meses

Programa: "La cruel verdad" en A24 Emisión: 2/10/2023 📌 AHORA ABRE EN LA APP 📌 TIK TOK:

<https://www.tiktok.com/@elpelucamilei> 📌 INSTAGRAM: <https://www.instagram.com/elpelucamilei>



MILEI DESBURRÓ A 2 PERIODISTAS INSOPORTABLES DE TN

El Peluca Milei ✓ 389 k vistas • hace 8 meses

Programa: "A dos voces" en TN Emisión: 13/9/2023 📌 AHORA ABRE EN LA APP 📌 TIK TOK:

<https://www.tiktok.com/@elpelucamilei> 📌 INSTAGRAM: <https://www.instagram.com/elpelucamilei>

Basado en el análisis efectuado en la dimensión de producción, se ha constatado que el 83% (54) de los vídeos proceden de otros medios tradicionales, mayoritariamente de la televisión. El 17% restante (11) corresponde a contenido exclusivamente generado, focalizándose en actos políticos y conferencias. En cuanto a la dimensión del contenido, se observa que el 67% (44) de los vídeos consistieron en entrevistas del candidato en canales televisivos, correlacionado con lo analizado en la dimensión de producción. Mientras que un 13,8% (9) abarcó actos políticos o recorridos, otro 12,3% (8) se destinó a material institucional y un 6,2% (4) se centró en contenido mediático.

Explorar la posición adoptada por Javier Milei en los vídeos y la determinación de una postura específica representaron un desafío metodológico considerable para el presente estudio. No se logró discernir si la postura del individuo era predominantemente eufórica - agresiva o serena - conciliadora. Se observó una notable variabilidad a lo largo de los vídeos, en ocasiones, Milei se muestra sereno al discutir ideologías económicas, para luego alterarse bruscamente ante algún comentario que critique o debate su postura tajante. Paralelamente, se comporta de manera respetuosa durante ciertos momentos, para luego pasar a insultar y elevar el tono contra los entrevistadores minutos después. Por lo tanto, se concluyó que la postura de Javier Milei en los vídeos fluctuó desde un estado de serenidad hasta momentos de exaltación, llegando incluso a manifestaciones agresivas en determinados instantes.

5.4. Cara a Cara: Análisis comparativo de las estrategias de comunicación en Youtube

Una vez realizada la descripción cuantitativa del uso de la plataforma YouTube por parte de los dos candidatos analizados, se procede en esta sección a compararlos a partir de las dimensiones presentadas anteriormente.

En primer lugar, es evidente que la interacción que cada candidato tiene con su audiencia en YouTube es considerablemente distinta. El canal de “El Peluca Milei” permite que los usuarios puedan dar me gusta, y comentar los videos. En contraste, en los videos de Sergio Massa se puede dar “me gusta”, pero el candidato no tiene habilitada la opción de ver la cantidad acumulada ni la opción de poder comentar sus videos. Al ser los libertarios, y en especial Milei, un prototipo de troll donde descalifican e insultan a sus adversarios y arrasan con agresividad en los debates (Montero, Schuliaquer y Vincent 2023) es posible que la decisión de Massa fue dirigida a evitar recibir ese tipo de comentarios en todos los videos subidos a la red.

Por otro lado, el número de vistas es un indicador significativo que se puede considerar para estudiar el alcance y la efectividad que tuvieron cada uno de estos candidatos. Primero se debe aclarar, una vez más, que El Peluca Milei publicó un total de 65 videos, mientras que el canal de Sergio Massa subió más de 200. A pesar de la diferencia en la cantidad de videos, el candidato libertario obtuvo más del triple de vistas que su contrincante peronista. Este dato da a entender que no basta con subir videos a la red, estos deben ser efectivos y atractivos no solo para formar una audiencia constante y fiel, sino también con el propósito de generar que el contenido se haga viral. Tanto el canal "El Peluca Milei" como sus canales adyacentes lograron esto de manera notable. Cabe destacar una observación interesante que se descubrió mientras se realizaba esta investigación, al revisar los videos de El Peluca Milei días después del primer

acercamiento, se observó un aumento en el número de vistas, comentarios y "me gusta", lo que indica que sus videos viejos mantienen su relevancia aun cuando pasaron meses desde la campaña electoral. Si bien los videos de Sergio Massa también mostraron un incremento, este no fue tan significativo como en el caso de los videos de la cuenta de "El peluca Milei".

Cuadro 2: Comparación de vistas, likes y comentarios

@SergioMassa				@ElPelucaMilei			
SUM de Vistas	MAX de Vistas	MIN de Vistas	MEDIAN de Vistas	SUM de Vistas	MAX de Vistas	MIN de Vistas	MEDIAN de Vistas
13.894.666,00	4.893.909,00	344,00	6.033,50	50.272.235,00	3.423.189,00	154.977,00	572.132,00
@SergioMassa				@ElPelucaMilei			
Sin info - Desactivados				SUM de Likes	MAX de Likes	MIN de Likes	MEDIAN de Likes
				1.606.300,00	98.000,00	7.700,00	17.000,00
@SergioMassa				@ElPelucaMilei			
193 videos con comentarios desactivados				SUM de Comentarios	MAX de Comentarios	MIN de Comentarios	MEDIAN de Comentarios
1 video con 982 comentarios				340.740,00	20.085,00	1.392,00	3.726,00

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de las cuentas @SergioMassa y @ElPelucaMilei

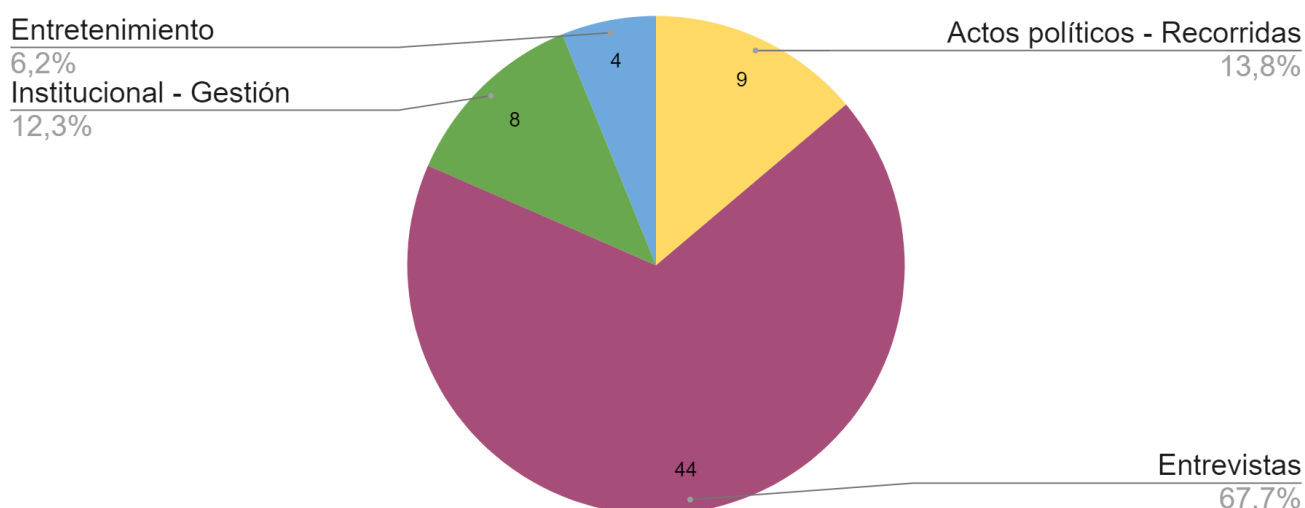
En relación con el análisis respecto a la producción y el contenido, es innegable que los medios de comunicación tradicionales desempeñaron un papel crucial en la campaña electoral de Javier Milei. Sus apariciones en estos medios, especialmente en televisión, fueron la principal fuente de contenido para sus redes sociales. La mayoría de los videos del canal "El Peluca Milei" son entrevistas que Javier Milei realizó en la televisión. Es en estos espacios donde el candidato se dio a conocer y donde llevó a cabo gran parte de su campaña. La televisión sigue siendo la principal fuente de información política (Schuliaquer y Vomaro 2020) y la participación de Javier Milei en este medio fue una estrategia fundamental, tanto para ampliar su público como para obtener el contenido crudo que luego recortó y subió a sus diferentes redes sociales (Montero et al, 2023). La participación en los medios tradicionales y luego la difusión de dicho contenido en otras plataformas digitales nos muestra cómo esos dos mundos se retroalimentan continuamente uno a otro.

Otro aspecto interesante del análisis es el contenido de los discursos de Javier Milei. Este candidato adoptó un discurso dogmático, centrado mayoritariamente en las teorías económicas que considera esenciales para la Argentina. Aunque por momentos sí abordó sus propuestas de campaña, su postura es predominantemente ideológica, presentándose como poseedor de la verdad incuestionable de la teoría económica. Ante las intenciones de debatir sus ideas, Milei reacciona con enojo, interpretando las críticas como una falta de respeto hacia su persona.

Por otro lado, se observó una edición particular en los primeros segundos de cada video. Estos inician con una edición en blanco y negro que muestran al candidato en sus momentos más disruptivos y exaltados de la entrevista. Este recurso tiene un doble propósito: en primer lugar, crea una percepción específica de cómo quiere presentarse Javier Milei, como un candidato fuerte, valiente y agresivo que se enfrenta a las adversidades. En segundo lugar, busca generar el fenómeno del "clickbait", es decir, atraer a los espectadores mediante un título o imagen llamativa que releva los momentos de mayor impacto del contenido audiovisual. Lo mismo ocurre con las miniaturas de los videos, es decir, la imagen de vista previa seleccionada por el creador. A menudo se muestra una imagen del candidato enojado o alterado para captar la atención de los espectadores. Sin embargo, al ver el video, se puede observar que hay pocos momentos en los que el candidato aparece realmente enojado o eufórico. Será cuestión de pocos minutos donde el candidato “explota de furia”²⁵

Gráfico 1: Análisis del contenido de la cuenta @ElPelucaMilei

Recuento de Contenido



Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de los videos de la cuenta de @ElPelucamilei.

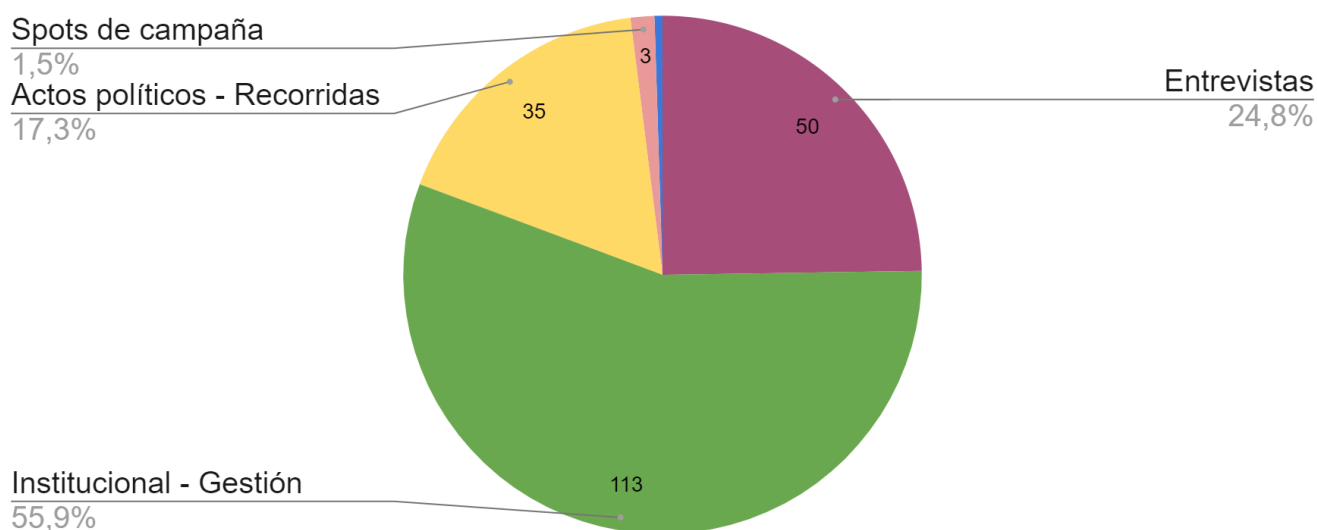
En contraste con la campaña de Milei, Sergio Massa realizó una campaña territorial que luego subió a la plataforma digital Youtube. Compartió todo el contenido oficial de gestión, tales como los lanzamientos de políticas públicas, las inauguraciones de obras o la entrega de viviendas, y los videos de sus actos políticos realizados en distintas partes del territorio. Si bien también utilizó contenido televisivo, como las entrevistas que le realizaron en distintos canales, no fueron estos la fuente principal de sus videos. En este caso, no hubo una hibridación profunda

²⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=FE8FzAujOpY>

entre redes sociales y los medios tradicionales. Por otro lado, en la mayoría de estos videos se observó que el discurso de Massa se centraba principalmente en las propuestas que deseaba implementar durante su presidencia y en las medidas que estaba adoptando como Ministro de Economía en ese momento. A diferencia de Javier Milei, el discurso de Sergio Massa no se centró en un enfoque ideológico, en su lugar, optó por un discurso basado en las políticas públicas con un fuerte enfoque institucional y más pragmático.

Gráfico 2: Análisis del contenido de la cuenta @SergioMassa

Recuento de Contenido



Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de los videos de la cuenta @SergioMassa.

El análisis que se realizó de los títulos de los videos en cada uno de estos canales revela diferencias significativas. Los titulares de Massa son más descriptivos y concisos, mientras que los de “El Peluca Milei” buscan captar la atención de los usuarios de manera explícita, con un tono más arriesgado e incluso violento. Este canal vuelve a hacer uso de la herramienta del clickbait, exagerando sus titulares para generar una audiencia. Por otra parte, ambos candidatos apelan al recurso de la afectividad, Massa desde un lado más amable, pidiendo el voto, expresando gratitud y esperanza, y Milei, en cambio, recurre a los afectos como la furia, el enojo y la violencia e incluso el llanto.

Por último, en cuanto al lenguaje, los dos candidatos adoptaron posturas muy diferentes. Javier Milei mostró una postura fluctuante durante sus videos, alternando entre enojo y calma, con momentos de euforia seguidos de estados más tranquilos. Massa, en cambio, mantuvo una postura más conciliadora y tranquila, excepto en sus videos de actos de campaña, donde se

mostraba con un tono más eufórico y alegre pero nunca apelando a los insultos ni a la violencia contra un otro en pos de acrecentar y profundizar la polarización política.

Existe una clara diferencia en los discursos que tiene cada uno de los candidatos analizados: Sergio Massa apeló a la calma, a la unión y a la aceptación de ideologías diferentes, mientras que Javier Milei recurrió al insulto y la agresión como herramienta de comunicación. Waisbord (2020) explica que cuando las elites políticas están divididas (Kirchnerismo vs anti kirchnerismo), se abre la posibilidad de que aparezcan personajes outsiders con influencia económica, política o mediática que activen la polarización. Los discursos que hacen hincapié en las diferencias y cuestionan la legitimidad de sus adversarios y de las instituciones públicas, y que además tienen una cobertura mediática y el acceso a redes con millones de seguidores, profundizan la polarización. Las redes sociales, como lugar donde se articulan y refuerzan las identidades y diferencias entre unos y otros, son también un espacio para acrecentar la polarización (Schuliaquer y Vommaro 2020). Javier Milei es un claro ejemplo de cómo un discurso agresivo, provocador y desafiante en redes profundiza la polarización política.

A partir del análisis exhaustivo de cada uno de los vídeos subidos a YouTube entre el 14 de agosto hasta el 20 de noviembre de 2023 de las cuentas @SergioMassa y @ElPelucaMilei esta investigación concluye que Sergio Massa optó por una estrategia tradicional, mientras que Javier Milei optó por una estrategia disruptiva.

Para Sergio Massa la plataforma YouTube fue un espacio de comunicación que le permitió mostrar las acciones que estaban ocurriendo en otros espacios, ya sea en ámbitos institucionales, donde ocurría la gestión del gobierno, o en el ámbito territorial, donde el peronismo suele hacer foco en sus campañas. Utilizó una cuenta oficial y la fuente principal de sus videos fueron la campaña territorial y la gestión y ejecución de políticas públicas del ministerio de Economía. Así buscó proyectar la imagen de un candidato serio, comprometido, confiable y racional aludiendo a su larga trayectoria política y a su experiencia previa. Apeló, también, a los conceptos de colaboración y unión recurriendo a la continuidad y estabilidad del sistema.

Si Massa usó YouTube como espacio para difundir cosas que pasaban en otros espacios (es decir, más como un canal), Javier Milei, en contraste, utilizó la plataforma YouTube como un espacio central de constitución de su representatividad política. Es ahí donde se articuló parte importante de su visibilidad pública y de su representatividad política. Realizó su campaña a través de diversos canales y su principal fuente de contenido fue la televisión. Su comunicación ideológica, basada en teorías económicas y políticas, abrupta y multifacética; y su forma de

mostrarse como prototipo de troll que insulta a sus contrincantes, radicaliza los discursos y enfrenta de manera violenta a cualquiera que quiera refutar sus argumentos lo clasifican como un personaje disruptivo. Por otro lado, el hecho de no manejar una cuenta propia y verificada en esta plataforma y, en cambio, apoyarse en una red de canales adyacentes que editan los videos con titulares provocativos, imágenes llamativas y recortes específicos para captar la atención de los espectadores, -que además son manejados por personajes que participan activamente en el armado político - mediático de su partido y que hoy son parte de su gobierno-, reafirma nuestra categorización de personaje disruptivo con acciones que rompen con las formas tradicionales de hacer campaña.

6. REFLEXIONES FINALES

Las nuevas tecnologías y las redes sociales revolucionaron todos los ámbitos, en especial al político. Si bien los medios tradicionales tuvieron un impacto significativo al mediatizar y cambiar las formas de hacer política, las redes sociales llevaron este proceso a un nivel superior. En la actualidad, tanto la ciudadanía como los políticos utilizan las redes sociales como una herramienta esencial para comunicarse, conectarse y, también, llevar a cabo campañas electorales. Aun cuando no son la única herramienta disponible, son fundamentales para ganar una campaña electoral. Estas no solo sirven para difundir ideas, sino también para construir la imagen de un candidato, permitiendo una interacción directa y constante con el electorado, y a la vez permitiendo la construcción de un otro que es completamente distinto a mi.

Aunque hay numerosas investigaciones sobre el uso de redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram durante las campañas electorales, se ha identificado una notable falta de estudios académicos centrados en la plataforma digital YouTube. Por esta razón, esta tesina se propone realizar un aporte a este campo de estudio emergente, caracterizando y analizando las estrategias utilizadas por los candidatos Sergio Massa y Javier Milei en YouTube durante sus campañas electorales.

Durante el periodo que abarca entre el 14 de agosto y el 20 de noviembre de 2023, se analizaron los vídeos subidos a YouTube por las cuentas @SergioMassa y @ElPelucaMilei. Según el análisis realizado, Sergio Massa adoptó una estrategia tradicional, utilizando un lenguaje más serio y respetuoso, manteniendo un canal oficial centrado en temas institucionales y políticas públicas. Su campaña enfatizó en su experiencia y estabilidad, promoviendo la colaboración y la continuidad, en contraste con el discurso anti-establishment político de Javier Milei. Por otro lado, se plantea que se plantea que Javier Milei implementó una estrategia disruptiva, haciendo uso de un lenguaje agresivo y llamativo, sin un canal propio verificado, utilizando en su lugar

una red de canales afiliados que editaban sus videos con titulares provocativos y cortes específicos, desafiando así las formas tradicionales de hacer campaña.

No obstante, deben aceptarse las limitaciones que conlleva pensar en Javier Milei como alguien disruptivo. Surgen algunas preguntas: ¿Qué tan disruptivo puede ser un personaje que se construyó desde un medio tradicional como la televisión? ¿Hasta qué punto su enfoque de comunicación es disruptivo? ¿Es este adjetivo: "disruptivo" el tipo de imagen que el candidato pretende proyectar? ¿Cómo relacionamos sus valores conservadores con su perfil disruptivo? ¿Hasta qué punto esa aparición reordena todos los clivajes políticos y hasta dónde retoma, en forma radicalizada, la representación del espectro de la derecha argentina que se había configurado en torno del PRO y de Juntos por el Cambio? La herramienta del clickbait, las faltas de respeto, los enojos sorprendidos, los gritos, son algunos indicadores que demuestran que tanto Milei como sus seguidores quieren mostrar a un personaje disruptivo, radical y desafiante. Pero, a la vez, sus valores conservadores respecto a algunos temas, como el feminismo, los derechos lgbt y los derechos humanos, lo alejan de un personaje revolucionario y nuevo para la sociedad.

La reciente elección presidencial invita a reflexionar sobre futuras líneas de investigación acerca de estas estrategias de comunicación en el entorno digital y su relación e impacto en el nuevo panorama político. En particular, la transición de la comunicación de campaña a la comunicación en el gobierno de Milei es un aspecto crucial para estudiar. Sería interesante investigar si el presidente ha mantenido la misma frecuencia y estilo de aparición en los medios y cómo esto impacta en su capacidad de gobernar y en su imagen pública. Durante la campaña, su presencia mediática fue constante, y su discurso ideológico y provocativo le permitió ganarse seguidores y críticos. Sin embargo, una vez en el gobierno, esta estrategia podría necesitar algunos ajustes.

Pensar en líneas futuras de investigación implica analizar cómo la comunicación y las estrategias de campaña cambian y evolucionan en respuesta a una sociedad cada vez más influenciada por los medios digitales y el descontento social. El caso de Javier Milei y su comunicación política disruptiva basada en la presencia mediática y su capacidad de captar el descontento popular, nos ofrece enormes oportunidades de estudio para comprender el rol de las redes sociales en la política argentina y, por extensión, en otras democracias contemporáneas.

7. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

- Annunziata, R., Ariza, A., March V. 2017. ““Gobernar es estar cerca”. Las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal.”. *Revista Mexicana de Opinión Pública*. Año 13 N°24, 71-93
- Ariza, Andrea. 2016. “Mauricio Macri: Claves de una campaña virtual exitosa.” Trabajo presentado en el XII Congreso Nacional y V Congreso Internacional sobre Democracia. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario, Rosario, 12 – 15 septiembre.
- Aruguete, Natalia y Calvo, Ernesto. 2020. *Fake news, trolls y otros encantos*. 1ª ed.- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Berrocal-Gonzalo, S., Martín-Jiménez, V., & Gil-Torres, A.. 2017. “Líderes políticos en YouTube: información y politainment en las elecciones generales de 2016 (26J) en España”. *Profesional De La Información*, 26(5), 937–946. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.15>
- Carlón, Mario. 2013. “Contrato fundacional, poder y mediatización: noticias desde el frente sobre la invasión a youtube, campamento de los bárbaros”. *MATRIZes*. Año 7 N°1 - 107 - 126
- Cossalter, Javier. 2021. “Entre la cultura participativa y la convergencia mediática. El producto audiovisual argentino de YouTube: "Te lo Resumo Así Nomás" en AURA. *Revista de Historia y Teoría del Arte*, No 13–Pp. 111-130
- Finlayson, Alan. 2020. “YouTube and Political Ideologies: Technology, Populism and Rhetorical Form”. *Political Studies*. 70(1), 62-80.
- Gil, Marta. 2019. “¿Participa la esfera política en YouTube? Producción y consumo de información en la campaña electoral catalana de 2017.” *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 44, 141-161. doi: 10.12795/Ambitos.2019.i44.09
- Holtz-Bacha, C. 2013. “Web 2.0: nuevos desafíos en comunicación política”. *Diálogo Político*. N° 30(1)
- Lewis, Rebeca. 2020. “ “This Is What the News Won’t Show You”: YouTube Creators and the Reactionary Politics of Micro-celebrity”. *Television & New Media*, Vol 21(2), 201-217. <https://doi.org/10.1177/1527476419879919>
- Montero, Sol, Iván Schuliaquer, y Lucía Vincent. 2023. "Los likes no son votos". *Revista Anfibia*. 11 de noviembre
<https://www.revistaanfibia.com/los-likes-no-son-votos/>

- Moreno, Cristina e Ismael, Crespo Martinez. 2002. "Las campañas electorales y sus efectos en la decisión del voto : las elecciones generales de 2000 en España." Valencia. *Tirant lo Blanch*
- Natanson, José. 2023. "Milei: lo inesperado". *Le Grand Continent*. 16 de agosto. <https://legrandcontinent.eu/es/2023/08/16/milei-lo-inesperado/>
- Ramírez, Ignacio, Vommaro, Gabriel. 2024. "Milei, ¿por qué? Hechos e interpretaciones de una erupción electoral". *Revista Más Poder Local*, 55: 161-171.
- Rodríguez-Andrés, R. 2018. "Trump 2016: ¿presidente gracias a las redes sociales?" *Palabra Clave*, 21(3), 831-859. DOI: 10.5294/pacla.2018.21.3.8
- Schuliaquer, Iván y Vommaro, Gabriel. 2020. "Introducción: La polarización política, los medios y las redes. Coordinadas de una agenda en construcción". *Revista SAAP*, Vol. 14, No 2, 235 - 247
- Schuliaquer, Ivan. 2023. "Polarización en el país de los consensos. Política y redes sociales en Uruguay." *Friedrich-Ebert-Stiftung Uruguay*
- Schuliaquer, Iván. 2024. "Milei, política y debate público radicalizado en Argentina". *Le Grand Continent*. 23 de mayo. <https://legrandcontinent.eu/es/2024/05/23/milei-politica-y-debate-publico-radicalizado-en-argentina/>
- Schuster, Mariano y Stefanoni, Pablo, 2023. "El huracan Milei". *Nueva Sociedad*. Noviembre. <https://nuso.org/articulo/el-huracan-milei/>
- Schuster, Mariano y Stefanoni, Pablo, 2023. "Argentina frena (por ahora) a la extrema derecha". *Nueva Sociedad*. Octubre. <https://nuso.org/articulo/argentina-elecciones-Massa-Milei/>
- Stefanoni, Pablo. 2023. "El aluvión Milei y las elecciones argentinas." *Análisis Carolina*. N° 11.
- Slimovich, Ana. 2017. "“Todo tiempo pasado fue mejor”. Convergencia, divergencia y circulación de los discursos políticos argentinos en las redes sociales". *Tópicos del seminario*, N°38, 189-212
- Slimovich, Ana. 2019. "La mediatización contemporánea de la política en Instagram. Un análisis desde la circulación hipermediática de los discursos de los candidatos argentinos". *Revista Sociedad*, N.º 39, 31 - 45

- Vommaro, Gabriel. 2008. “Mejor que decir es mostrar. medios y política en la democracia argentina”. *Universidad Nacional de General Sarmiento*. Buenos Aires, Biblioteca Nacional
- Vommaro, Gabriel. 2023. “Argentina: ¿por qué ganó Milei? Gráficos clave”. *Le Grand Continent*. 27 de noviembre.

<https://legrandcontinent.eu/es/2023/11/27/argentina-por-que-gano-milei-graficos-clave/>

- Waisbord, Silvio. 2020. “¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva”. *Revista SAAP* (ISSN 1666-7883) Vol. 14, N° 2, 249-279

ANEXO I
ANÁLISIS DE LA CUENTA @ElPelucaMilei

Cantidad	https://www.youtube.com/@ElPelucaMilei	Contenido			Interacción			Título			Producción	
	Link	Fecha	Lenguaje	Contexto	Likes	Comentarios	Vistas	Nombre del título	Característica del título	Palabras claves utilizadas	Tipo de producción	Duración
1	GANÓ MILEI ¡ES PRESIDENTE! - YouTube	14/08	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridos	33.000,00	7.476,00	699.963,00	GANÓ MILEI ¡ES PRESIDENTE!	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	21:36
2	MILEI FESTEJÓ GANAR LAS ELECCIONES Y FEINMANN SE QUIERE MORIR DE LA BRONCA - YouTube	14/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	15000	2794	572132	MILEI FESTEJÓ GANAR LAS ELECCIONES Y FEINMANN SE QUIERE MORIR DE LA BRONCA	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	29:14:00
3	MILEI ROMPIÓ EN LLANTO CON FANTINO TRAS GANAR LAS ELECCIONES - YouTube	14/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	73000	11012	2000000	MILEI ROMPIÓ EN LLANTO CON FANTINO TRAS GANAR LAS ELECCIONES	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	1:35:53
4	MILEI LE RESPONDIÓ A LA FEMINISTA DE LALI ESPOSITO - YouTube	14/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	21000	3362	720000	MILEI LE RESPONDIÓ A LA FEMINISTA DE LALI ESPOSITO	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	46:04:00
5	MILEI DESBURRÓ A PERIODISTAS QUE LE DECÍAN ANTIDERECHOS - YouTube	15/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	73000	11038	3100000	MILEI DESBURRÓ A PERIODISTAS QUE LE DECÍAN ANTIDERECHOS	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	41:19:00
6	CHICHE TRAICIONÓ A MILEI EN VIVO TRAS GANAR LAS ELECCIONES - YouTube	15/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	11000	3375	531000	CHICHE TRAICIONÓ A MILEI EN VIVO TRAS GANAR LAS ELECCIONES	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	1:34:00
7	BOMBAZO DE MILEI: ALERTÓ QUE EL GOBIERNO PUEDE CAER Y EL ESTÁ DISPUESTO A ASUMIR - YouTube	15/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	16000	3181	620000	BOMBAZO DE MILEI: ALERTÓ QUE EL GOBIERNO PUEDE CAER Y EL ESTÁ DISPUESTO A ASUMIR	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	58:56:00
8	MILEI FURIOSO CON 2 PERIODISTAS DOLIDOS PORQUE GANÓ LAS ELECCIONES - YouTube	15/08	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	48000	9019	2300000	MILEI FURIOSO CON 2 PERIODISTAS DOLIDOS PORQUE GANÓ LAS ELECCIONES	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	47:46:00
9	MILEI EXPLOTÓ CON BABY ETCHECOPAR TRAS GANAR LAS ELECCIONES - YouTube	16/08	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	17000	2561	979000	MILEI EXPLOTÓ CON BABY ETCHECOPAR TRAS GANAR LAS ELECCIONES	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	47:11:00
10	MILEI DESBURRÓ A BULLRICH Y MASSA TRAS GANARLE LAS ELECCIONES - YouTube	16/08	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	48000	9565	1700000	MILEI DESBURRÓ A BULLRICH Y MASSA TRAS GANARLE LAS ELECCIONES	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	40:02:00
11	PERIODISTA ENFRENTÓ MAL A MILEI TODA LA ENTREVISTA POR HABER GANADO LAS ELECCIONES - YouTube	20/08	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	15000	4036	560452	PERIODISTA ENFRENTÓ MAL A MILEI TODA LA ENTREVISTA POR HABER GANADO LAS ELECCIONES	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	33:22:00
12	MILEI PUSO LOS HUEVOS FRENTE A TODOS LOS EMPRESARIOS DEL PAÍS Y DIO EL DISCURSO DE SU VIDA - YouTube	24/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	59000	10846	1400000	MILEI PUSO LOS HUEVOS FRENTE A TODOS LOS EMPRESARIOS DEL PAÍS Y DIO EL DISCURSO DE SU VIDA	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	49:50:00
13	EL DÍA QUE MILEI CONOCIÓ A SU NOVIA FÁTIMA FLÓREZ HACE 1 AÑO - YouTube	25/08	Eufórico - Efusivo	Entretenimiento	22000	2583	1200740	EL DÍA QUE MILEI CONOCIÓ A SU NOVIA FÁTIMA FLÓREZ HACE 1 AÑO	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	
14	MILEI REAPARECIÓ TRAS GANAR LAS ELECCIONES Y DIO EL DISCURSO DE SU VIDA - YouTube	31/08	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	11000	11480	214000	MILEI REAPARECIÓ TRAS GANAR LAS ELECCIONES Y DIO EL DISCURSO DE SU VIDA	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	58:04:00
15	MILEI EXPLOTÓ CONTRA TODOS LOS MEDIOS EN SU REAPARICIÓN EN TV - YouTube	31/08	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	14000	2318	376000	MILEI EXPLOTÓ CONTRA TODOS LOS MEDIOS EN SU REAPARICIÓN EN TV	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	10:36:00
16	MILEI EXPLOTÓ CONTRA EL MEDIO LA NACIÓN Y TODOS LOS PERIODISTAS - YouTube	03/09	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	13000	2543	391000	MILEI EXPLOTÓ CONTRA EL MEDIO LA NACIÓN Y TODOS LOS PERIODISTAS	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	55:28:00
17	MILEI DIO LA CARA ANTE TODOS LOS EMPRESARIOS Y DIO UN FURIOSO DISCURSO PRESIDENCIAL - YouTube	06/09	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Institucional - Gestión	16000	2992	403512	MILEI DIO LA CARA ANTE TODOS LOS EMPRESARIOS Y DIO UN FURIOSO DISCURSO PRESIDENCIAL	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	58:45:00
18	MILEI SE CRUZÓ CON EDUARDO FEINMANN - YouTube	13/09	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	15000	3726	487193	MILEI SE CRUZÓ CON EDUARDO FEINMANN	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	46:31:00
19	MILEI DESBURRÓ A 2 PERIODISTAS INSOPORTABLES DE TN - YouTube	13/09	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	15000	2790	389391	MILEI DESBURRÓ A 2 PERIODISTAS INSOPORTABLES DE TN	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	35:16:00
20	MILEI AL BORDE DEL LLANTO CUANDO UN PERIODISTA LE MOSTRÓ UN VIDEO DE SU PAPÁ - YouTube	14/09	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	21000	3242	802150	MILEI AL BORDE DEL LLANTO CUANDO UN PERIODISTA LE MOSTRÓ UN VIDEO DE SU PAPÁ	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	58:37:00
21	MILEI COMPLETAMENTE FURIOSO CON EL PELADO TREBUCCO - YouTube	14/09	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	17000	2625	612188	MILEI COMPLETAMENTE FURIOSO CON EL PELADO TREBUCCO	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	1:16:58
22	FANTINO LE DIO SU BENDICIÓN A MILEI PARA QUE SEA EL PRÓXIMO PRESIDENTE COMO HIZO CON SCALONI - YouTube	15/09	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	15000	1392	219667	FANTINO LE DIO SU BENDICIÓN A MILEI PARA QUE SEA EL PRÓXIMO PRESIDENTE COMO HIZO CON SCALONI	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	1:27:24
23	MILEI DESTROZÓ A LOS PERIODISTAS DE TN TRAS EL ESCRACHE QUE RECIBIÓ ANOCHE - YouTube	19/09	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Institucional - Gestión	11000	1584	251025	MILEI DESTROZÓ A LOS PERIODISTAS DE TN TRAS EL ESCRACHE QUE RECIBIÓ ANOCHE	Agresivo	Ofensivas	Contenido exclusivo	49:09:00
24	MILEI SE CRUZÓ CON TODOS LOS POLÍTICOS QUE LO SILBARON - YouTube	19/09	Eufórico - Efusivo	Institucional - Gestión	20000	3554	426463	MILEI SE CRUZÓ CON TODOS LOS POLÍTICOS QUE LO SILBARON	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	09:14
25	MILEI EXPLOTÓ CON VIVIANA CANOSA: "ES UNA OPERADORA POLÍTICA" - YouTube	22/09	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	13000	1916	367361	MILEI EXPLOTÓ CON VIVIANA CANOSA: "ES UNA OPERADORA POLÍTICA"	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	1:18:28
26	MILEI DIO LA CARA CON FANTINO TRAS LA OPERACIÓN DE SU SUPUESTA DEPRESIÓN - YouTube	30/09	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	16000	3076	477483	MILEI DIO LA CARA CON FANTINO TRAS LA OPERACIÓN DE SU SUPUESTA DEPRESIÓN	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	57:07:00
27	MILEI DESBURRÓ A TODOS EN EL DEBATE PRESIDENCIAL - YouTube	02/10	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Institucional - Gestión	35000	9164	1605039	MILEI DESBURRÓ A TODOS EN EL DEBATE PRESIDENCIAL	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	46:15:00
28	MILEI EXPLOTÓ POR EL ESCÁNDALO DE INSAURRALDE CON PUTAS EN UN YATE - YouTube	02/10	varía entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	13000	1738	382483	MILEI EXPLOTÓ POR EL ESCÁNDALO DE INSAURRALDE CON PUTAS EN UN YATE	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	47:24:00

29	<u>MILEI CON MARCELO TINELLI FUE A BUSCAR A SU NOVIA FÁTIMA FLOREZ - YouTube</u>	03/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entretención	13000	3243	392260	MILEI CON MARCELO TINELLI FUE A BUSCAR A SU NOVIA FÁTIMA FLOREZ	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	5:56:00
30	<u>MILEI SE CRUZÓ CON PERIODISTA ZURDA DE TN - YouTube</u>	05/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	20000	3495	504556	MILEI SE CRUZÓ CON PERIODISTA ZURDA DE TN	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	14:17:00
31	<u>MILEI PRESENTÓ SU NOVIA EN LO DE MIRTHA LEGRAND - YouTube</u>	07/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entretención	37000	7668	1235170	MILEI PRESENTÓ SU NOVIA EN LO DE MIRTHA LEGRAND	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	1:24:34
32	<u>MILEI DESBURRÓ A TODOS EN EL ÚLTIMO DEBATE PRESIDENCIAL - YouTube</u>	08/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Institucional - Gestión	20000	5104	741252	MILEI DESBURRÓ A TODOS EN EL ÚLTIMO DEBATE PRESIDENCIAL	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	49:27:00
33	<u>MILEI LE CERRÓ LA BOCA A FEINMANN QUE LO OPERÓ TODA LA NOTA - YouTube</u>	09/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	17000	2975	513510	MILEI SE CRUZÓ CON FEINMANN EN MEDIO DE LA ENTREVISTA	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	50:13:00
34	<u>MILEI HUMILLÓ A CHICHE QUE LO TRATÓ DE MACHISTA Y MISÓGINO - YouTube</u>	09/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	12000	1824	628635	MILEI HUMILLÓ A CHICHE QUE LO TRATÓ DE MACHISTA Y MISÓGINO	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	2:02:04
35	<u>MILEI DESTROZÓ A LA COMUNISTA QUE DEFENDIÓ A LOS ATENTADOS EN ISRAEL - YouTube</u>	09/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	34000	6185	1070109	MILEI DESTROZÓ A LA COMUNISTA QUE DEFENDIÓ A LOS ATENTADOS EN ISRAEL	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	56:30:00
36	<u>MILEI SE CRUZÓ MAL CON LA IZQUIERDA POR ISRAEL - YouTube</u>	10/10	Eufórico - Efusivo	Institucional - Gestión	10000	1840	210947	MILEI SE CRUZÓ MAL CON LA IZQUIERDA POR ISRAEL	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	5:16:00
37	<u>MILEI LE RESPONDIÓ A ALBERTO FERNÁNDEZ QUE LE HIZO UN JUICIO Y LO QUIERE PRESO - YouTube</u>	11/10	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridos	28000	4922	832836	MILEI LE RESPONDIÓ A ALBERTO FERNÁNDEZ QUE LE HIZO UN JUICIO Y LO QUIERE PRESO	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	35:11:00
38	<u>MILEI DESBURRÓ A FEINMANN QUE LO CULPÓ DE LA CORRIDA - YouTube</u>	11/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	15000	2102	376243	MILEI DESBURRÓ A FEINMANN QUE LO CULPÓ DE LA CORRIDA	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	14:16:00
39	<u>MILEI DIO LA CARA A 1 SEMANA DE SER PRESIDENTE - YouTube</u>	17/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	16000	2284	418908	MILEI DIO LA CARA A 1 SEMANA DE SER PRESIDENTE	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	47:12:00
40	<u>MILEI DESBURRÓ A PERIODISTA INSOPORTABLE ANTE DE SER PRESIDENTE - YouTube</u>	18/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	18000	2983	666523	MILEI DESBURRÓ A PERIODISTA INSOPORTABLE ANTE DE SER PRESIDENTE	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	1:00:27
41	<u>MILEI EXPLOTÓ EL MOVISTAR ARENA EN SU CIERRE DE CAMPAÑA ANTES DE SER PRESIDENTE - YouTube</u>	18/10	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridos	28000	7213	623161	MILEI EXPLOTÓ EL MOVISTAR ARENA EN SU CIERRE DE CAMPAÑA ANTES DE SER PRESIDENTE	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	50:41:00
42	<u>MILEI EXPLOTÓ DE FURIA CON CHICHE A 3 DÍAS DE SER PRESIDENTE - YouTube</u>	19/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	16000	4605	635860	MILEI EXPLOTÓ DE FURIA CON CHICHE A 3 DÍAS DE SER PRESIDENTE	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	1:24:42
43	<u>LA ÚLTIMA ENTREVISTA DE MILEI ANTES DE SER PRESIDENTE - YouTube</u>	20/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	44000	5715	1206205	LA ÚLTIMA ENTREVISTA DE MILEI ANTES DE SER PRESIDENTE	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	19:08:00
44	<u>MILEI VOTÓ EN MEDIO DE DISTURBIOS ANTES DE SER PRESIDENTE - YouTube</u>	22/10		Actos políticos - Recorridos	23000	5696	671599	MILEI VOTÓ EN MEDIO DE DISTURBIOS ANTES DE SER PRESIDENTE	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	18:19:00
45	<u>MILEI ENTRÓ AL BALLOTAGE Y VA A SER PRESIDENTE - YouTube</u>	22/10	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridos	26000	9186	460650	MILEI ENTRÓ AL BALLOTAGE Y VA A SER PRESIDENTE	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	23:51:00
46	<u>MILEI DIO LA CARA TRAS SALIR SEGUNDO EN LAS ELECCIONES - YouTube</u>	23/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	34000	10927	990123	MILEI DIO LA CARA TRAS SALIR SEGUNDO EN LAS ELECCIONES	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	40:12:00
47	<u>MILEI LE CERRÓ LA BOCA A PERIODISTA QUE NO LO QUIERE COMO PRESIDENTE - YouTube</u>	24/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	21000	7661	749069	MILEI LE CERRÓ LA BOCA A PERIODISTA QUE NO LO QUIERE COMO PRESIDENTE	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	52:11:00
48	<u>MILEI DIO LA CARA CON BULLRICH TRAS MATARSE TODA LA CAMPAÑA - YouTube</u>	25/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	25000	10282	778544	MILEI DIO LA CARA CON BULLRICH TRAS MATARSE TODA LA CAMPAÑA	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	37:08:00
49	<u>MILEI ROMPIÓ EN LLANTO TRAS PASAR LAS ELECCIONES - YouTube</u>	26/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	29000	11396	962256	MILEI ROMPIÓ EN LLANTO TRAS PASAR LAS ELECCIONES	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	1:16:13
50	<u>MILEI DIO LA CARA TRAS LAS POLÉMICAS POR SU NOTA CON EL PELADO TREBUÇO - YouTube</u>	29/10	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	12000	3426	446633	MILEI DIO LA CARA TRAS LAS POLÉMICAS POR SU NOTA CON EL PELADO TREBUÇO	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	53:13:00
51	<u>MILEI CRUZÓ A CRISTINA Y MASSA EN DIPUTADOS - YouTube</u>	02/10	Eufórico - Efusivo	Institucional - Gestión	32000	9785	1259583	MILEI CRUZÓ A CRISTINA Y MASSA EN DIPUTADOS	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	16:46:00
52	<u>MILEI DESBURRÓ A PERIODISTA DE CHIMENTOS - YouTube</u>	03/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entretención	12000	3794	393612	MILEI DESBURRÓ A PERIODISTA DE CHIMENTOS	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	1:18:01
53	<u>MILEI LANZÓ SU CAMPAÑA ANTE UNA MULTITUD DE GENTE - YouTube</u>	04/11	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridos	9800	2190	154977	MILEI LANZÓ SU CAMPAÑA ANTE UNA MULTITUD DE GENTE	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	9:13:00
54	<u>MILEI EXPLOTÓ CONTRA MASSA QUE ESTABA TOTALMENTE DEMENTE - YouTube</u>	05/11	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	33000	8014	1188967	MILEI EXPLOTÓ CONTRA MASSA QUE ESTABA TOTALMENTE DEMENTE	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	51:04:00
55	<u>MILEI CON JAIME BAYL Y "LA ENTREVISTA MÁS IMPORTANTE DE SU VIDA" PARTE 1 - YouTube</u>	07/11	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	61000	6715	1364168	MILEI CON JAIME BAYL Y "LA ENTREVISTA MÁS IMPORTANTE DE SU VIDA" PARTE 1	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	19:56:00
56	<u>MILEI EXPLOTÓ CON JAIME BAYL Y "LA ÚLTIMA ENTREVISTA ANTES DEL DEBATE PRESIDENCIAL" PARTE 2/2 - YouTube</u>	08/11	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	98000	20085	3423189	MILEI EXPLOTÓ CON JAIME BAYL Y "LA ÚLTIMA ENTREVISTA ANTES DEL DEBATE PRESIDENCIAL" PARTE 2/2	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	29:12:00
57	<u>MILEI DIO LA CARA TRAS EL DEBATE PRESIDENCIAL "HIZO UNA GRAVE DENUNCIA" - YouTube</u>	13/11	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	17000	4188	376051	MILEI DIO LA CARA TRAS EL DEBATE PRESIDENCIAL "HIZO UNA GRAVE DENUNCIA"	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	31:40:00
58	<u>MILEI FURIOSO EN SU ÚLTIMA ENTREVISTA ANTES DE SER PRESIDENTE - YouTube</u>	13/11	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	17000	4228	478063	MILEI FURIOSO EN SU ÚLTIMA ENTREVISTA ANTES DE SER PRESIDENTE	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	45:42:00

59	MILEI PUSO LOS HUEVOS FRENTE A TODOS LOS EMPRESARIOS DEL PAÍS Y DIO EL DISCURSO DE SU VIDA - YouTube	15/11	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	33000	6168	814418	MILEI PUSO LOS HUEVOS FRENTE A TODOS LOS EMPRESARIOS DEL PAÍS Y DIO EL DISCURSO DE SU VIDA	Agresivo	Ofensivas	Contenido exclusivo	48:55:00
60	MILEI FURIOSO POR EL ESCRACHE QUE LE HICIERON EN EZEIZA - YouTube	15/11	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	7700	1736	177973	MILEI FURIOSO POR EL ESCRACHE QUE LE HICIERON EN EZEIZA	Agresivo	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	34:39:00
61	MILEI DESBURRÓ A MASSA ANTES DE LAS ELECCIONES - YouTube	15/11	varia entre tranquilo y efusivo/agresivo	Entrevistas	9200	1868	265326	MILEI DESBURRÓ A MASSA ANTES DE LAS ELECCIONES	Agresivo	Ofensivas	Cortos / clips de otros medios	31:09:00
62	MILEI Y BULLRICH EXPLOTARON CÓRDOBA EN SU CIERRE DE CAMPAÑA HISTÓRICO - YouTube	16/11	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	30000	6959	527859	MILEI Y BULLRICH EXPLOTARON CÓRDOBA EN SU CIERRE DE CAMPAÑA HISTÓRICO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	28:53:00
63	LA ÚLTIMA ENTREVISTA DE MILEI ANTES DE SER PRESIDENTE - YouTube	18/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	26000	4487	550413	LA ÚLTIMA ENTREVISTA DE MILEI ANTES DE SER PRESIDENTE	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	21:31:00
64	MILEI VOTÓ ANTES DE SER PRESIDENTE - YouTube	19/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	9600	1861	195195	MILEI VOTÓ ANTES DE SER PRESIDENTE	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	10:48:00
65	MILEI ES PRESIDENTE DE LA NACIÓN ARGENTINA - YouTube	19/11	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	17000	2942	199150	MILEI ES PRESIDENTE DE LA NACIÓN ARGENTINA	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	25:42:00

ANEXO II
ANÁLISIS DE LA CUENTA @SergioMassa

Cantidad	https://www.youtube.com/@SergioMassa		Contenido		Interacción			Título			Producción	
Video	Link	Fecha	Lenguaje	Contexto	Likes	Comentarios	Vistas	Nombre del título	Característica del título	Palabras claves utilizadas	Tipo de producción	Duración
1	16-08-23 ENTREVISTA EN A DOS VOCES POR TN [▶] - YouTube	16/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	982	62440	16-08-23 ENTREVISTA EN A DOS VOCES POR TN [▶]	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	30:52:00
2	17-08-23 CONGELAN PRECIOS DE NAFTAS HASTA EL 31 DE OCTUBRE [▶] DISCURSO - YouTube	17/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3462	17-08-23 CONGELAN PRECIOS DE NAFTAS HASTA EL 31 DE OCTUBRE [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	04:13
3	17-08-2023 CRÓNICA CENTRAL [▶] ENTREVISTA COMPLETA - YouTube	17/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	18582	17-08-2023 CRÓNICA CENTRAL [▶] ENTREVISTA COMPLETA	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:21:45
4	18-08-2023 ACUERDO DE PRECIOS PARA MEDICAMENTOS [▶] - YouTube	18/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1199	18-08-2023 ACUERDO DE PRECIOS PARA MEDICAMENTOS [▶]	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	04:18
5	18-08-2023 ACUERDO DE PRECIOS CON SUPERMERCADOS Y MAYORISTAS [▶] - YouTube	18/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	5921	18-08-2023 ACUERDO DE PRECIOS CON SUPERMERCADOS Y MAYORISTAS [▶]	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	05:02
6	22-08-2023 CONFERENCIA DE PRENSA DESDE EL BID [▶] - YouTube	22/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	8178	22-08-2023 CONFERENCIA DE PRENSA DESDE EL BID [▶]	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:54
7	23-08-2023 CONFERENCIA DE PRENSA DESDE WASHINGTON TRAS EL ACUERDO CON EL FMI [▶] - YouTube	23/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	17555	23-08-2023 CONFERENCIA DE PRENSA DESDE WASHINGTON TRAS EL ACUERDO CON EL FMI [▶]	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	19:06
8	24-08-2023 CONSEJO DE LAS AMÉRICAS [▶] DISCURSO COMPLETO - YouTube	24-08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3250	24-08-2023 CONSEJO DE LAS AMÉRICAS [▶] DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	47:32:00
9	25-08-2023 REVERSIÓN DEL GASODUCTO NORTE [▶] DISCURSO COMPLETO - YouTube	25/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3834	25-08-2023 REVERSIÓN DEL GASODUCTO NORTE [▶] DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:02
10	25-08-2023 PRESENTACIÓN DE LA NUEVA UIF Y DEL SISTEMA DE ALERTA AUTOMOTOR [▶] DISCURSO COMPLETO - YouTube	25/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	9071	25-08-2023 PRESENTACIÓN DE LA NUEVA UIF Y DEL SISTEMA DE ALERTA AUTOMOTOR [▶] DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	09:19
11	Medidas para el Agro - YouTube	27/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2768	Medidas para el agro	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:19
12	Suma Fija para trabajadores - YouTube	27/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3320	Suma fija para los trabajadores	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:19
13	28-08-2023 CONFERENCIA DE PRENSA DESDE BRASIL [▶] DISCURSO COMPLETO - YouTube	28/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1966	28-08-2023 CONFERENCIA DE PRENSA DESDE BRASIL [▶] DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	06:35
14	28-08-2023 REUNIÓN CON LULA [▶] - YouTube	28/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2608	28-08-2023 REUNIÓN CON LULA [▶]	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:02
15	31-08-2023 LANZAMIENTO DE PREVIAJE 5 [▶] DISCURSO - YouTube	31/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1300	31-08-2023 LANZAMIENTO DE PREVIAJE 5 [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	08:54

16	31-08-2023 ENTREVISTA EN CANAL 11 DE ENTRE RÍOS  - YouTube	31/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	3229	31-08-2023 ENTREVISTA EN CANAL 11 DE ENTRE RÍOS 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	36:14:00
17	31-08-2023 ENTREVISTA EN CANAL 9 DEL LITORAL  - YouTube	31/08	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	15048	31-08-2023 ENTREVISTA EN CANAL 9 DEL LITORAL 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	35:45:00
18	1-09-2023 DÍA DE LA INDUSTRIA 2023 EN ENTRE RÍOS  DISCURSO COMPLETO - YouTube	01/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	8623	1-09-2023 DÍA DE LA INDUSTRIA 2023 EN ENTRE RÍOS  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	28:15:00
19	2-09-2023 NUEVO PASO BAJO NIVEL EN SAN VICENTE  DISCURSO COMPLETO - YouTube	02/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	5494	2-09-2023 NUEVO PASO BAJO NIVEL EN SAN VICENTE  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:09
20	2-09-2023 NUEVO PASO BAJO NIVEL EN SAN VICENTE  - YouTube	02/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1462	2-09-2023 NUEVO PASO BAJO NIVEL EN SAN VICENTE 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:24
21	4-9-2023 ENCUENTRO UNIÓN POR LA PATRIA EN PARQUE NORTE  DISCURSO COMPLETO - YouTube	04/09	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	16503	4-9-2023 ENCUENTRO UNIÓN POR LA PATRIA EN PARQUE NORTE  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	22:33
22	5-9-2023 CIERRE DE LA JORNADA ACUERDO PARA LA ACCIÓN CLIMÁTICA  DISCURSO COMPLETO - YouTube	05/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2275	5-9-2023 CIERRE DE LA JORNADA ACUERDO PARA LA ACCIÓN CLIMÁTICA  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:55
23	6-9-2023 EMPLEA PYME  DISCURSO COMPLETO - YouTube	06/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1303	6-9-2023 EMPLEA PYME  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	04:04
24	7-9-2023 SIMPOSIO REGIONAL: INFRAESTRUCTURAS DEL CUIDADO  DISCURSO COMPLETO - YouTube	06/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	5361	7-9-2023 SIMPOSIO REGIONAL: INFRAESTRUCTURAS DEL CUIDADO  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	15:39
25	7-9-23 MEDIDAS DE ALIVIO PARA LAS ECONOMÍAS REGIONALES  DISCURSO COMPLETO - YouTube	07/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2342	7-9-23 MEDIDAS DE ALIVIO PARA LAS ECONOMÍAS REGIONALES  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	08:21
26	7-9-2023 ENTREVISTA EN DESIGUALES DE LA TV PÚBLICA  - YouTube	07/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	10341	7-9-2023 ENTREVISTA EN DESIGUALES DE LA TV PÚBLICA 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	48:17:00
27	8-9-23 INVERSIÓN FEDERAL EN TUCUMÁN  DISCURSO COMPLETO - YouTube	08/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	8343	8-9-23 INVERSIÓN FEDERAL EN TUCUMÁN  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	14:32
28	9-9-23 ACTO EN SAN MIGUEL DE TUCUMÁN  DISCURSO COMPLETO - YouTube	09/09	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	10859	9-9-23 ACTO EN SAN MIGUEL DE TUCUMÁN  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	21:52
29	11-9-23 ALIVIO FISCAL PARA TRABAJADORES Y JUBILADOS  DISCURSO COMPLETO - YouTube	11/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2810	11-9-23 ALIVIO FISCAL PARA TRABAJADORES Y JUBILADOS  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	13:32
30	11-09-2023 ENTREVISTA EN DURO DE DOMAR POR CSN  - YouTube	11/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	18600	11-09-2023 ENTREVISTA EN DURO DE DOMAR POR CSN 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:05:10
31	12-9-2023 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE LEY DE FINANCIAMIENTO EDUCATIVO  DISCURSO COMPLETO - YouTube	12/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	10038	12-9-2023 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE LEY DE FINANCIAMIENTO EDUCATIVO  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	31:12:00
32	13-9-2023 ENCUENTRO CON REPRESENTANTES DE PARQUES INDUSTRIALES  DISCURSO COMPLETO - YouTube	13/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3585	13-9-2023 ENCUENTRO CON REPRESENTANTES DE PARQUES INDUSTRIALES  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	09:36

33	13-9-2023 NUEVAS MEDIDAS DE ALIVIO FISCAL  DISCURSO COMPLETO - YouTube	13/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	12166	13-9-2023 NUEVAS MEDIDAS DE ALIVIO FISCAL  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	08:59
34	14-9-2023 ENTREGA DE VIVIENDAS EN LA RIOJA JUNTO AL GOBERNADOR RICARDO QUINTELA  DISCURSO COMPLETO - YouTube	14/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3012	14-9-2023 ENTREGA DE VIVIENDAS EN LA RIOJA JUNTO AL GOBERNADOR RICARDO QUINTELA  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	08:20
35	14-9-23 BARIO POR BARRIO PARA DEFENDER LA PATRIA  DISCURSO COMPLETO - YouTube	14/09	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	13046	14-9-23 BARIO POR BARRIO PARA DEFENDER LA PATRIA  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	14:52
36	Tenemos con qué ar - YouTube	14/09	Eufórico - Efusivo	Spots de campaña	Sin info	Desactivados	5E+06	Tenemos con qué	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	02:20
37	16-09-2023 NUEVO PASO BAJO NIVEL EN MALVINAS ARGENTINAS  DISCURSO COMPLETO - YouTube	16/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	5502	16-09-2023 NUEVO PASO BAJO NIVEL EN MALVINAS ARGENTINAS  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	17:23
38	16-09-2023 NUEVO PASO BAJO NIVEL EN PILAR  DISCURSO COMPLETO - YouTube	16/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3229	16-09-2023 NUEVO PASO BAJO NIVEL EN PILAR  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	15:40
39	17-09-2023 NUEVAS MEDIDAS PARA JUBILADOS Y JUBILADAS EN HURLINGHAM  DISCURSO COMPLETO - YouTube	17/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	7776	17-09-2023 NUEVAS MEDIDAS PARA JUBILADOS Y JUBILADAS EN HURLINGHAM  DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	12:45

40	18-09-2023 EL DEPORTE UNIDO POR LA PATRIA JUNTO A MATÍAS LAMMENS [▶] DISCURSO - YouTube	18/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3365	18-09-2023 EL DEPORTE UNIDO POR LA PATRIA JUNTO A MATÍAS LAMMENS [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	20:05
41	18-09-2023 ENTREGA DE VIVIENDAS JUNTO AL GOBERNADOR OSCAR HERRERA AHUAD EN MISIONES [▶] DISCURSO - YouTube	18/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	3295	18-09-2023 ENTREGA DE VIVIENDAS JUNTO AL GOBERNADOR OSCAR HERRERA AHUAD EN MISIONES [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	14:25
42	19-09-2023 INAUGURACIÓN DEL CENTRO DE SALUD DE VILLA ÁNGELA EN ITUZAINGÓ [▶] DISCURSO - YouTube	19/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1373	19-09-2023 INAUGURACIÓN DEL CENTRO DE SALUD DE VILLA ÁNGELA EN ITUZAINGÓ [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:05
43	19-09-2023 ENTREVISTA EN DURO DE DOMAR POR C5N [▶] - YouTube	19/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	13306	19-09-2023 ENTREVISTA EN DURO DE DOMAR POR C5N [▶]	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	28:21:00
44	19-09-2023 INAUGURACIÓN DE LA AVENIDA PASTEUR EN MORENO [▶] DISCURSO - YouTube	19/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1066	19-09-2023 INAUGURACIÓN DE LA AVENIDA PASTEUR EN MORENO [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:10
45	19-09-2023 ENTREVISTA EN SOMOS BUENOS POR TN [▶] - YouTube	19/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	32474	19-09-2023 ENTREVISTA EN SOMOS BUENOS POR TN [▶]	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	36:15:00
46	https://www.youtube.com/watch?v=7X8b0mQL1VI	20/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	4160	20-09-2023 ENCUENTRO CON EL SECTOR LÁCTEO ARGENTINO EN SANTA FE [▶] DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:38
47	20-09-2023 ACUERDO PARA LA SEGURIDAD [▶] DISCURSO - YouTube	20/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2900	20-09-2023 ACUERDO PARA LA SEGURIDAD [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	08:51
48	21-09-2023 INAUGURACIÓN DEL NUEVO PARQUE MUNICIPAL DE LA RIBERA DE QUILMES [▶] DISCURSO - YouTube	21/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	7303	21-09-2023 INAUGURACIÓN DEL NUEVO PARQUE MUNICIPAL DE LA RIBERA DE QUILMES [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	15:32
49	22-09-2023 ALIVIO FISCAL PARA PROFESIONALES, MONOTRIBUTISTAS, AUTÓNOMOS Y PYMES [▶] DISCURSO - YouTube	22/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	7817	22-09-2023 ALIVIO FISCAL PARA PROFESIONALES, MONOTRIBUTISTAS, AUTÓNOMOS Y PYMES [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	18:31
50	22-09-2023 ENTREVISTA CON NOVARESIO POR LN+ [▶] - YouTube	22/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	274656	22-09-2023 ENTREVISTA CON NOVARESIO POR LN+ [▶]	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	52:30:00
51	23-09-2023 ENTREGA DE VIVIENDAS EN LA BANDA CON EL GOBERNADOR GERARDO ZAMORA [▶] DISCURSO - YouTube	23/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3830	23-09-2023 ENTREGA DE VIVIENDAS EN LA BANDA CON EL GOBERNADOR GERARDO ZAMORA [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:38
52	https://www.youtube.com/watch?v=B3wJzibulw	23/09	Eufórico - Efusivo	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1225	23-09-2023 VOY A TRABAJAR AL LADO DE CADA ROSARINO PARA DEVOLVERLES LA PAZ Y LA TRANQUILIDAD [▶]	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:29
53	23-09-2023 INAUGURACIÓN DE BASE DE OPERACIONES POLICIALES EN ROSARIO [▶] DISCURSO - YouTube	23/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2831	23-09-2023 INAUGURACIÓN DE BASE DE OPERACIONES POLICIALES EN ROSARIO [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	15:50
54	24-09-2023 SIN FEDERALISMO NO HAY PAÍS. AR [▶] RESUMEN	24/09	Eufórico - Efusivo	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	127081	24-09-2023 SIN FEDERALISMO NO HAY PAÍS AR [▶] RESUMEN	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:27
55	24-09-2023 FIRMA DE CONVENIOS ENERGÉTICOS CON GOBERNADORES DEL NORTE GRANDE EN SALTA [▶] DISCURSO - YouTube	24/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	9137	24-09-2023 FIRMA DE CONVENIOS ENERGÉTICOS CON GOBERNADORES DEL NORTE GRANDE EN SALTA [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	14:25
56	25-09-2023 INAUGURACIÓN DE UN NUEVO PASO BAJO NIVEL EN FLORENCIO VARELA [▶] DISCURSO	25/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1508	25-09-2023 INAUGURACIÓN DE UN NUEVO PASO BAJO NIVEL EN FLORENCIO VARELA [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	12:29
57	25-09-2023 INAUGURACIÓN DE HOSPITALES PAMI EN ESCOBAR, HURLINGHAM, ITUZAINGÓ Y LANÚS [▶] DISCURSO - YouTube	25/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1286	25-09-2023 INAUGURACIÓN DE HOSPITALES PAMI EN ESCOBAR, HURLINGHAM, ITUZAINGÓ Y LANÚS [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	13:50
58	25-09-2023 INAUGURACIÓN DE LA AVENIDA CAPITÁN OLIVERA EN ALMIRANTE BROWN [▶] DISCURSO - YouTube	25/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	708	25-09-2023 INAUGURACIÓN DE LA AVENIDA CAPITÁN OLIVERA EN ALMIRANTE BROWN [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	10:00
59	Ni recorte ni motosierra, más salud para todos los argentinos AR - YouTube	25/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1411	Ni recorte ni motosierra, más salud para todos los argentinos AR	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:19
60	26-09-2023 OBRA CABECERA DEL OLEODUCTO VACA MUERTA NORTE EN NEUQUÉN [▶] DISCURSO - YouTube	26/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1993	26-09-2023 OBRA CABECERA DEL OLEODUCTO VACA MUERTA NORTE EN NEUQUÉN [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	13:45
61	26-09-2023 PUESTA EN MARCHA DEL SISTEMA RIACHUELO DE AySA [▶] DISCURSO - YouTube	26/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3090	26-09-2023 PUESTA EN MARCHA DEL SISTEMA RIACHUELO DE AySA [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	10:35
62	26-09-2023 REFUERZO PARA TRABAJADORES Y TRABAJADORAS INFORMALES [▶] DISCURSO - YouTube	26/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	9374	26-09-2023 REFUERZO PARA TRABAJADORES Y TRABAJADORAS INFORMALES [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	08:15
63	26-09-2023 INAUGURACIÓN DE PLANTA DE TRATAMIENTOS DE LÍQUIDOS CLOACALES EN CENTENARIO [▶] DISCURSO - YouTube	26/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	528	26-09-2023 INAUGURACIÓN DE PLANTA DE TRATAMIENTOS DE LÍQUIDOS CLOACALES EN CENTENARIO [▶] DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	08:26
64	27-09-2023 ACTO CON GREMIOS, ESTATALES Y PETROLEROS EN PLOTTIER, NEUQUÉN [▶] DISCURSO COMPLETO - YouTube	17/09	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	5435	27-09-2023 ACTO CON GREMIOS, ESTATALES Y PETROLEROS EN PLOTTIER, NEUQUÉN [▶] DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	27:45:00
65	27-09-2023 TODOS Y UNIDOS CON KICILLOF EN ENSENADA [▶] DISCURSO COMPLETO - YouTube	27/09	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	5560	27-09-2023 TODOS Y UNIDOS CON KICILLOF EN ENSENADA [▶] DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	16:00

66	27-09-2023 ENTREVISTA CON ALEJANDRO FANTINO EN NEURA ▶ - YouTube	27/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	221101	27-09-2023 ENTREVISTA CON ALEJANDRO FANTINO EN NEURA ▶	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	02:07:29
67	27-09-2023 ENTREVISTA EN CANAL 7 DE NEUQUÉN ▶ - YouTube	27/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	5762	27-09-2023 ENTREVISTA EN CANAL 7 DE NEUQUÉN ▶	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	19:59
68	Tierra del Fuego es nuestra posición sobre la Antártida - Entrevista en @NeuraMedia con Fantino - YouTube	28/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	651	Tierra del Fuego es nuestra posición sobre la Antártida - Entrevista en @NeuraMedia con Fantino	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:35
69	En Argentina 4.0 hay 70.000 pibes listos para programar - Entrevista en @NeuraMedia con Fantino - YouTube	28/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	542	En Argentina 4.0 hay 70.000 pibes listos para programar - Entrevista en @NeuraMedia con Fantino	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:27
70	Entregaron a la Argentina al FMI - Entrevista en @NeuraMedia con Fantino - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	6879	Entregaron a la Argentina al FMI - Entrevista en @NeuraMedia con Fantino	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:12
71	Creo en la educación pública y quiero a los pibes en el aula - Entrevista en @NeuraMedia con Fantino - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	964	Creo en la educación pública y quiero a los pibes en el aula - Entrevista en @NeuraMedia con Fantino	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:22
72	La dolarización permite blanquear el dinero del narcotráfico - Entrevista en @NeuraMedia con Fantino - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	4042	La dolarización permite blanquear el dinero del narcotráfico - Entrevista en @NeuraMedia con Fantino	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:00
73	29-09-2023 JUNTO A TRABAJADORES EN LAS PUERTAS DEL CONGRESO ▶ DISCURSO - YouTube	29/09	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	22357	29-09-2023 JUNTO A TRABAJADORES EN LAS PUERTAS DEL CONGRESO ▶ DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	14:35
74	29-09-2023 JUNTO A 900 JÓVENES DEL PROGRAMA UNIENDO METAS EN EL CONGRESO ▶ DISCURSO - YouTube	29/09	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	6146	29-09-2023 JUNTO A 900 JÓVENES DEL PROGRAMA UNIENDO METAS EN EL CONGRESO ▶ DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	08:38
75	Se viene un tiempo grande para la Patria.  #ElSalarioNoEsGanancia - YouTube	29/09	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	90907	Se viene un tiempo grande para la Patria.  #ElSalarioNoEsGanancia	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:29
76	Comparto con ustedes algunas partes de mis intervenciones en el  #Debate2023 - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	265464	Comparto con ustedes algunas partes de mis intervenciones en el  #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:13
77	La mejor forma de resolver los problemas es con soluciones, no con discursos vacíos  #Debate2023 - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	431	La mejor forma de resolver los problemas es con soluciones, no con discursos vacíos  #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:02
78	Vamos a lanzar un programa de desarrollo exportador que valore el trabajo argentino  #Debate2023 - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	695	Vamos a lanzar un programa de desarrollo exportador que valore el trabajo argentino  #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	02:03
79	La educación pública y gratuita es el mejor remedio contra la pobreza  #Debate2023 - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	344	La educación pública y gratuita es el mejor remedio contra la pobreza  #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	02:02
80	Tenemos que cuidar el legado de Memoria, Verdad y Justicia  #Debate2023 - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	397	Tenemos que cuidar el legado de Memoria, Verdad y Justicia  #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	02:01
81	Quiero pedirte que a la urna no vayas ni con bronca ni con odio, andá con esperanza  #Debate2023 - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	431	Quiero pedirte que a la urna no vayas ni con bronca ni con odio, andá con esperanza  #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:00
82	01-10-2023 PRIMER DEBATE PRESIDENCIAL 2023 ▶ - YouTube	01/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1608	01-10-2023 PRIMER DEBATE PRESIDENCIAL 2023 ▶	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	02:11:03
83	Mandé al Congreso la ley que sube de 6 a 8 puntos del PBI la inversión en educación  #Debate2023 - YouTube	02/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	764	Mandé al Congreso la ley que sube de 6 a 8 puntos del PBI la inversión en educación  #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:20:00
84	02-10-2023 ENTREVISTA EN @c5n CON JORGE RIAL ▶ - YouTube	02/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	34025	02-10-2023 ENTREVISTA EN @c5n CON JORGE RIAL ▶	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:09:00
85	03-10-2023 ENTREVISTA EN CAJA NEGRA CON JULIO LEIVA ▶ - YouTube	03/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	68244	03-10-2023 ENTREVISTA EN CAJA NEGRA CON JULIO LEIVA ▶	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:31:43
86	Quiero que me recuerden como un presidente que cambió la Argentina.  - YouTube	04/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	621931	Quiero que me recuerden como un presidente que cambió la Argentina. 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:14
87	UNA PATRIA QUE ABRAZA Y PROTEGE - YouTube	04/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	797	UNA PATRIA QUE ABRAZA Y PROTEGE	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:27
88	Argentina sede del Mundial de Fútbol 2030!    - YouTube	04/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	677	Argentina sede del Mundial de Fútbol 2030!   	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:29
89	Conferencia de prensa "Mundial Centenario 2030" - YouTube	05/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2188	Conferencia de prensa "Mundial Centenario 2030"	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	07:23
90	04-10-2023 PATRIA ES INCLUSIÓN: DISCAPACIDAD, POLÍTICA Y DERECHOS ▶ DISCURSO COMPLETO - YouTube	04/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	3183	04-10-2023 PATRIA ES INCLUSIÓN: DISCAPACIDAD, POLÍTICA Y DERECHOS ▶ DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:25

91	04-10-2023 ENCUENTRO FEDERAL PyME de @red_came - YouTube	04/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	18047	04-10-2023 ENCUENTRO FEDERAL PyME de @red_came 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	51:51:00
92	07-10-2023 ACTO EN LA MATANZA JUNTO A AXEL KICILLOF DISCURSO COMPLETO - YouTube	07/10	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	10634	07-10-2023 ACTO EN LA MATANZA JUNTO A AXEL KICILLOF DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	06:56
93	Hoy vengo a contarles cómo va a ser Argentina a partir del 10 de diciembre #Debate2023 - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1016	Hoy vengo a contarles cómo va a ser Argentina a partir del 10 de diciembre #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:01
94	El trabajo será uno de los ejes centrales de los próximos cuatro años #Debate2023 - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	705	El trabajo será uno de los ejes centrales de los próximos cuatro años #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	02:01
95	Voy a transformar a la Argentina en un país seguro #Debate2023 - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	688	Voy a transformar a la Argentina en un país seguro #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:01
96	Casa Común y Casa Propia, ese es el desafío de mi gobierno para los próximos 4 años #Debate2023 - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1490	Casa Común y Casa Propia, ese es el desafío de mi gobierno para los próximos 4 años #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	02:01
97	El 22 de octubre te pido que vayas a votar sin bronca y sin odio #Debate2023 - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	512153	El 22 de octubre te pido que vayas a votar sin bronca y sin odio #Debate2023	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:01
98	07-10-2023 DÍA DE LA IDENTIDAD VILLERA EN EL BAJO FLORES DISCURSO COMPLETO - YouTube	07/10	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	9586	07-10-2023 DÍA DE LA IDENTIDAD VILLERA EN EL BAJO FLORES DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	13:14
99	08-10-2023 SEGUNDO DEBATE PRESIDENCIAL 2023 - YouTube	08/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2323	08-10-2023 SEGUNDO DEBATE PRESIDENCIAL 2023 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:39:50
100	09-10-2023 ENTREVISTA EN IP CENTRAL - YouTube	09/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	8199	09-10-2023 ENTREVISTA EN IP CENTRAL 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	11:05
101	09-10-2023 ENTREVISTA EN TELENUEVE POR CANAL 9 - YouTube	09/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	15100	09-10-2023 ENTREVISTA EN TELENUEVE POR CANAL 9 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	22:47
102	09-10-2023 ENTREVISTA EN DESAYUNO AMERICANO POR AMÉRICA TV - YouTube	09/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	33743	09-10-2023 ENTREVISTA EN DESAYUNO AMERICANO POR AMÉRICA TV 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	27:21:00
103	09-10-2023 PRESENTACIÓN DEL LIBRO "LA NUEVA ERA DE LA DIPLOMACIA" DE DANIEL SCIOU DISCURSO - YouTube	09/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	8820	09-10-2023 PRESENTACIÓN DEL LIBRO "LA NUEVA ERA DE LA DIPLOMACIA" DE DANIEL SCIOU DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	22:05
104	09-10-2023 ENTREVISTA EN TRES ESTRELLAS DE GELATINA - YouTube	09/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	49148	09-10-2023 ENTREVISTA EN TRES ESTRELLAS DE GELATINA 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:13:16
105	10-10-2023 ENTREVISTA CON MAI PISTINER EN EN CONFIANZA - YouTube	10/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	27261	10-10-2023 ENTREVISTA CON MAI PISTINER EN EN CONFIANZA 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	31
106	10-10-2023 ENTREVISTA CON BABY ETCHECOPAR POR A24 - YouTube	10/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	752387	10-10-2023 ENTREVISTA CON BABY ETCHECOPAR POR A24 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	57:27:00
107	12-10-2023 ACTO EN CONCORDIA DISCURSO COMPLETO - YouTube	12/10	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	8310	12-10-2023 ACTO EN CONCORDIA DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	15:12
108	12-10-2023 SALUD POR LA PATRIA EN LA FACULTAD DE MEDICINA DE LA UBA DISCURSO COMPLETO - YouTube	12/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	11164	12-10-2023 SALUD POR LA PATRIA EN LA FACULTAD DE MEDICINA DE LA UBA DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	22:24
109	12-10-2023 ENTREVISTA EN CRÓNICAS DE CAMPAÑA POR LA TELEVISIÓN PÚBLICA - YouTube	12/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	22947	12-10-2023 ENTREVISTA EN CRÓNICAS DE CAMPAÑA POR LA TELEVISIÓN PÚBLICA 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	47:51:00
110	¡Gracias San Juan por una jornada llena de cariño, escucha y participación! - YouTube	13/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2127	¡Gracias San Juan por una jornada llena de cariño, escucha y participación! 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:27
111	Mendoza tiene con qué para salir adelante - YouTube	13/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2324	Mendoza tiene con qué para salir adelante 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:23
112	13-10-2023 REUNIÓN CON EXPORTADORES Y CÁMARA DE TURISMO DISCURSO - YouTube	13/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	5335	13-10-2023 REUNIÓN CON EXPORTADORES Y CÁMARA DE TURISMO DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	15:30
113	13-10-2023 ENTREVISTA CON CHICHE EN CRÓNICA TV - YouTube	13/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	49785	13-10-2023 ENTREVISTA CON CHICHE EN CRÓNICA TV 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:02:07
114	Gracias lan por esta charla y momento compartido - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	3898	Gracias lan por esta charla y momento compartido 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:19
115	15-10-2023 ENTREVISTA EN DEBATE ABIERTO POR CSN - YouTube	15/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	16428	15-10-2023 ENTREVISTA EN DEBATE ABIERTO POR CSN 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	20:35

116	15-10-2023 ENTREVISTA EN OPINIÓN PÚBLICA POR CANAL 9 - YouTube	15/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	19306	15-10-2023 ENTREVISTA EN OPINIÓN PÚBLICA POR CANAL 9	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	30:17:00
117	15-10-2023 EN LA NOCHE DE MIRTHA CON MIRTHA LEGRAND - YouTube	15/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Mediatico	Sin info	Desactivados	107072	15-10-2023 EN LA NOCHE DE MIRTHA CON MIRTHA LEGRAND	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:14:48
118	16-10-2023 CIERRE DE CAMPAÑA EN SAN LUIS DISCURSO - YouTube	17/10	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	3041	16-10-2023 CIERRE DE CAMPAÑA EN SAN LUIS DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	15:09
119	16-10-2023 FINDE RÉCORD EN POTRERO DE LOS FUNES DISCURSO - YouTube	16/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	6413	16-10-2023 FINDE RÉCORD EN POTRERO DE LOS FUNES DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	12:39
120	17-10-2023 TODOS Y UNIDOS EN EL DÍA DE LA LEALTAD DISCURSO - YouTube	17/10	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	9033	17-10-2023 TODOS Y UNIDOS EN EL DÍA DE LA LEALTAD DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	19:36
121	17-10-2023 ENTREVISTA EN MINUTO1 CON EL GATO SYLVESTRE POR C5N - YouTube	17/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	19846	17-10-2023 ENTREVISTA EN MINUTO1 CON EL GATO SYLVESTRE POR C5N	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	37:03:00
122	17-10-2023 ENTREVISTA EN UN DÍA CON LOS CANDIDATOS CON DANIEL MALNATTI - YouTube	17/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	5102	17-10-2023 ENTREVISTA EN UN DÍA CON LOS CANDIDATOS CON DANIEL MALNATTI	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	10:32
123	18-10-23 CIERRE DE CAMPAÑA UNIÓN POR LA PATRIA CABA DISCURSO - YouTube	18/10	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	11167	18-10-23 CIERRE DE CAMPAÑA UNIÓN POR LA PATRIA CABA DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	14:26
124	18-10-2023 AMPLIACION SWAP CON CHINA EN RADIO 10 - YouTube	18/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	5873	18-10-2023 AMPLIACION SWAP CON CHINA EN RADIO 10	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	10:57
125	18-10-2023 ENTREVISTA EN A DOS VOCES POR TN - YouTube	18/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	12443	18-10-2023 ENTREVISTA EN A DOS VOCES POR TN	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	11:29
126	18-10-23 ENTREVISTA CON MOMO STREAM - YouTube	18/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	88219	18-10-23 ENTREVISTA CON MOMO STREAM	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	58:37:00
127	https://www.youtube.com/watch?v=EWwopkiMMGg		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	2300	Lo que se elige en Argentina el domingo es si la universidad es gratuita o paga.	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:28
128	Encuentro con músicos, artistas y productores argentinos para hablar de la Ley de Música - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1078	Encuentro con músicos, artistas y productores argentinos para hablar de la Ley de Música	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:29
129	19-10-2023 CON LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS DISCURSO COMPLETO - YouTube	19/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	4901	19-10-2023 CON LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	25:30:00
130	19-10-2023 EN LA ROCK & POP CON BETO CASELLA ENTREVISTA - YouTube	19/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	25371	19-10-2023 EN LA ROCK & POP CON BETO CASELLA ENTREVISTA	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	29:01:00
131	19-10-23 STAFF DE CANDIDATOS POR TELEFE ENTREVISTA - YouTube	19/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	49777	19-10-23 STAFF DE CANDIDATOS POR TELEFE ENTREVISTA	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	17:11
132	¡MUCHAS GRACIAS! AR♡ - YouTube	23/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	3372	¡MUCHAS GRACIAS! AR♡	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:23
133	Cuenten conmigo, cuento con cada uno de ustedes. Gracias de todo corazón. AR♡ - YouTube	23/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	4284	Cuenten conmigo, cuento con cada uno de ustedes. Gracias de todo corazón. AR♡	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	28:17:00
134	https://www.youtube.com/watch?v=3p52LOhkWe8	23/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	26328	Entrevista íntima	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	51:49:00
135	24-10-2023 NUEVA ESCUELA PÚBLICA CON ORIENTACIÓN TÉCNICA DISCURSO COMPLETO - YouTube	24/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	6434	24-10-2023 NUEVA ESCUELA PÚBLICA CON ORIENTACIÓN TÉCNICA DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	09:14
136	24-10-2023 LICITACIÓN DE 5G EN ARGENTINA DISCURSO COMPLETO - YouTube	24/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	14082	24-10-2023 LICITACIÓN DE 5G EN ARGENTINA DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	13:02
137	24-10-2023 PROGRAMA INTEGRAL CIUDADES SEGURAS DISCURSO COMPLETO - YouTube	24/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	8874	24-10-2023 PROGRAMA INTEGRAL CIUDADES SEGURAS DISCURSO COMPLETO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	12:39
138	24-10-2023 ENTREVISTA EN TELENOCHE POR CANAL 13 - YouTube	24/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	43126	24-10-2023 ENTREVISTA EN TELENOCHE POR CANAL 13	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	05:28
139	¡inauguramos la primera de 100 nuevas Escuelas Técnicas que estamos construyendo en todo el país! - YouTube	24/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1051	¡inauguramos la primera de 100 nuevas Escuelas Técnicas que estamos construyendo en todo el país!	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:26
140	PROGRAMA CIUDADES SEGURAS: CENTROS INTELIGENTES DE MONITOREO - YouTube	25/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	2663	PROGRAMA CIUDADES SEGURAS: CENTROS INTELIGENTES DE MONITOREO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:28

141	Encuentro con Santiago Siri sobre Criptomonedas - YouTube	26/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3797	Encuentro con Santiago Siri sobre Criptomonedas	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:24
142	VIENE UNA NUEVA ETAPA CON UN GOBIERNO DE UNIDAD NACIONAL  - YouTube	29/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	5498	VIENE UNA NUEVA ETAPA CON UN GOBIERNO DE UNIDAD NACIONAL 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:29
143	29-10-2023 ENTREVISTA EN CANAL 10 DE TUCUMÁN  - YouTube	29/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	30005	29-10-2023 ENTREVISTA EN CANAL 10 DE TUCUMÁN 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	07:26
144	29-10-2023 JURA DE OSVALDO JALDO COMO GOBERNADOR DE TUCUMÁN  DISCURSO - YouTube	29/10	Eufórico - Efusivo	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	14171	29-10-2023 JURA DE OSVALDO JALDO COMO GOBERNADOR DE TUCUMÁN  DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	07:34
145	40 años de las elecciones que nos devolvieron la democracia - YouTube	30/10	Eufórico - Efusivo	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1333	40 años de las elecciones que nos devolvieron la democracia	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:30
146	30-10-2023 ENTREVISTA EN LN+ CON MARÍA LAURA SANTILLÁN  - YouTube	30/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	227137	30-10-2023 ENTREVISTA EN LN+ CON MARÍA LAURA SANTILLÁN 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	31:16:00
147	31-10 MEDIDAS PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD Y CAMBIO DE PROGRAMAS SOCIALES EN PROGRAMAS DE EMPLEO - YouTube	31/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1340	31-10 MEDIDAS PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD Y CAMBIO DE PROGRAMAS SOCIALES EN PROGRAMAS DE EMPLEO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	04:50
148	31-10-23 CONGELAMIENTO DEL IMPUESTO A LOS COMBUSTIBLES  DISCURSO - YouTube	31/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	4758	31-10-23 CONGELAMIENTO DEL IMPUESTO A LOS COMBUSTIBLES  DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	03:51
149	Conversamos con trabajadores de delivery sobre nuestras propuestas para mejorar sus trabajos - YouTube	31/10	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3267	Conversamos con trabajadores de delivery sobre nuestras propuestas para mejorar sus trabajos	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:25
150	01-11-2023 ACTO EN SANTA ROSA, LA PAMPA  - YouTube	01/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	3009	01-11-2023 ACTO EN SANTA ROSA, LA PAMPA 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	13:37
151	01-11-2023 AMPLIACIÓN DE CRÉDITOS PARA TRABAJADORES Y JUBILADOS  DISCURSO - YouTube	01/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	7956	01-11-2023 AMPLIACIÓN DE CRÉDITOS PARA TRABAJADORES Y JUBILADOS  DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	04:49
152	01-11-2023 FIRMA DE CONVENIOS JUNTO AL GOBERNADOR SERGIO ZILOTTO Y MÁS DE 100 INTENDENTES  - YouTube	01/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3059	01-11-2023 FIRMA DE CONVENIOS JUNTO AL GOBERNADOR SERGIO ZILOTTO Y MÁS DE 100 INTENDENTES 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	08:06
153	1-11-2023 ENTREVISTA EN A DOS VOCES POR TN  - YouTube	01/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	173813	1-11-2023 ENTREVISTA EN A DOS VOCES POR TN 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	38:35:00
154	2-11-2023 38° FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE MAR DEL PLATA  DISCURSO - YouTube	02/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	8086	2-11-2023 38° FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE MAR DEL PLATA  DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	07:45
155	2-11-2023 ENTREVISTA EN CANAL 10 DE MAR DEL PLATA  - YouTube	02/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	13910	2-11-2023 ENTREVISTA EN CANAL 10 DE MAR DEL PLATA 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	15:35
156	2-11-2023 SEMINARIO CON JUBILADAS Y JUBILADOS EN MAR DEL PLATA  - YouTube	02/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	4084	2-11-2023 SEMINARIO CON JUBILADAS Y JUBILADOS EN MAR DEL PLATA 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	12:44
157	2-11-2023 ENTREVISTA EN CANAL 8 DE MAR DEL PLATA  - YouTube	02/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	21672	2-11-2023 ENTREVISTA EN CANAL 8 DE MAR DEL PLATA 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	17:21
158	¡QUÉ VIVA EL CINE ARGENTINO!  - YouTube	02/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	4076	¡QUÉ VIVA EL CINE ARGENTINO! 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:02
159	3-11-2023 PROGRAMA CIUDADES SEGURAS EN MAIPÚ, MENDOZA  DISCURSO - YouTube	03/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	4681	3-11-2023 PROGRAMA CIUDADES SEGURAS EN MAIPÚ, MENDOZA  DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	18:03
160	Presentamos el Programa "Ciudades Seguras" en Mendoza y ayudamos a paliar el daño de los incendios - YouTube	04/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	160919	Presentamos el Programa "Ciudades Seguras" en Mendoza y ayudamos a paliar el daño de los incendios	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:19
161	Hoy se cumplen 120 años de la creación del primer Parque Nacional en la Argentina - YouTube	05/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	46783	Hoy se cumplen 120 años de la creación del primer Parque Nacional en la Argentina	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:06
162	3-11-2023 LANZAMIENTO DEL CLÚSTER DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN MAR DEL PLATA  DISCURSO	03/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	7269	3-11-2023 LANZAMIENTO DEL CLÚSTER DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN MAR DEL PLATA  DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:00
163	4-11-2023 SEMANA DE LA POLICÍA ARGENTINA EN CABA  - YouTube	04/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	7036	4-11-2023 SEMANA DE LA POLICÍA ARGENTINA EN CABA 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	05:20
164	La Argentina que viene se construye con corazón  - YouTube	04/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	575210	La Argentina que viene se construye con corazón 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:19
165	5-11-2023 ENTREVISTA CON MAJUL EN LA CORNISA POR LN+  - YouTube	05/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	255299	5-11-2023 ENTREVISTA CON MAJUL EN LA CORNISA POR LN+ 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	56:57:00

166	6-11-2023 AMPLIACIÓN DEL SISTEMA SUBE A CIUDADES DE CÓRDOBA DISCURSO - YouTube	06/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	7437	6-11-2023 AMPLIACIÓN DEL SISTEMA SUBE A CIUDADES DE CÓRDOBA DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	07:56
167	6-11-2023 REGLAMENTACIÓN DE PRECIOS DE BIOCOMBUSTIBLES DISCURSO - YouTube	06/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	7692	6-11-2023 REGLAMENTACIÓN DE PRECIOS DE BIOCOMBUSTIBLES DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:35
168	7-11-2023 ENCUENTRO DE COOPERATIVISMO AGROINDUSTRIAL DISCURSO - YouTube	07/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	4039	7-11-2023 ENCUENTRO DE COOPERATIVISMO AGROINDUSTRIAL DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	10:57
169	Muchas gracias Córdoba! Es con las y los cordobeses, con el campo, la industria y los trabajadores. - YouTube	07/11	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	2248	Muchas gracias Córdoba! Es con las y los cordobeses, con el campo, la industria y los trabajadores.	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:27
170	#VieneLaArgentina que estábamos esperando - YouTube	07/11	Eufórico - Efusivo	Spots de campaña	Sin info	Desactivados	2E+06	#VieneLaArgentina que estábamos esperando 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:48
171	7-11-2023 ACTO EN SANTA FE DISCURSO - YouTube	07/11	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	18253	7-11-2023 ACTO EN SANTA FE DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	20:05
172	8-11-2023 VISITA A PYMES EN EL PARQUE INDUSTRIAL Y TECNOLÓGICO DE FLORENCIO VARELA DISCURSO - YouTube	08/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	5445	8-11-2023 VISITA A PYMES EN EL PARQUE INDUSTRIAL Y TECNOLÓGICO DE FLORENCIO VARELA DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	13:35
173	GRACIAS MISIONES! - YouTube	09/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	127847	GRACIAS MISIONES! 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:30
174	9-11-2023 PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO INTERNACIONAL DISCURSO - YouTube	09/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	5765	9-11-2023 PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO INTERNACIONAL DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	21:41
175	12-11-2023 ENTREVISTA ENCUENTRO FEDERAL - YouTube	12/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	19728	12-11-2023 ENTREVISTA ENCUENTRO FEDERAL 	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	01:14:26
176	12-11-2023 TERCER DEBATE PRESIDENCIAL 2023 - YouTube	12/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	7246	12-11-2023 TERCER DEBATE PRESIDENCIAL 2023 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:26:44
177	La salida de Argentina es con aumento de las exportaciones - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	866	La salida de Argentina es con aumento de las exportaciones 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	02:12
178	Argentina tiene que pensar su política exterior en defensa del interés nacional - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1085	Argentina tiene que pensar su política exterior en defensa del interés nacional 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	02:00
179	Mi sueño es ser el Presidente del trabajo - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1077	Mi sueño es ser el Presidente del trabajo 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:57
180	Como intendente de Tigre bajé un 80% el robo automotor y 47% todos los delitos - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	791	Como intendente de Tigre bajé un 80% el robo automotor y 47% todos los delitos 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:49
181	8 puntos del PBI van a estar asignados a la inversión educativa - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	888	8 puntos del PBI van a estar asignados a la inversión educativa 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:59
182	Quiero ser presidente porque tengo hijos a los que quiero dejarles una Argentina mucho mejor - YouTube		Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	3284	Quiero ser presidente porque tengo hijos a los que quiero dejarles una Argentina mucho mejor 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	02:01
183	#VieneLaArgentina que estábamos esperando - YouTube	13/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Spots de campaña	Sin info	Desactivados	879810	#VieneLaArgentina que estábamos esperando 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:23
184	13-11-2023 CENTRO OPERATIVO DE PREVENCIÓN EN SAN VICENTE DISCURSO - YouTube	13-11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	7865	13-11-2023 CENTRO OPERATIVO DE PREVENCIÓN EN SAN VICENTE DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	07:49
185	14-11-2023 COMPROMISO CON LA TRANSPARENCIA Y LA DEMOCRACIA DISCURSO - YouTube	14/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	5704	14-11-2023 COMPROMISO CON LA TRANSPARENCIA Y LA DEMOCRACIA DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	11:14
186	14-11-2023 ACTO EN CIPOLLETTI, RÍO NEGRO DISCURSO - YouTube	14/11	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	10246	14-11-2023 ACTO EN CIPOLLETTI, RÍO NEGRO DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	29:40:00
187	14-11-2023 ACTO EN GENERAL ROCA, RÍO NEGRO DISCURSO - YouTube	14/11	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	11806	14-11-2023 ACTO EN GENERAL ROCA, RÍO NEGRO DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	18:13
188	Quiero contarles sobre un proyecto para facilitar los alquileres a inquilinos e inquilinas - YouTube	15/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	82934	Quiero contarles sobre un proyecto para facilitar los alquileres a inquilinos e inquilinas	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:28
189	¡GRACIAS RÍO NEGRO! CON ESPERANZA Y TODA LA PATAGONIA VAMOS A TRABAJAR POR LA UNIDAD NACIONAL - YouTube	15/11	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	83173	¡GRACIAS RÍO NEGRO! CON ESPERANZA Y TODA LA PATAGONIA VAMOS A TRABAJAR POR LA UNIDAD NACIONAL	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:29
190	15-11-2023 PROPUESTAS PARA LAS Y LOS INQUILINOS - YouTube	15/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	3211	15-11-2023 PROPUESTAS PARA LAS Y LOS INQUILINOS 	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	02:35

191	INICIO DE LA CAMPAÑA ANTÁRTICA DE VERANO 2023-2024 ▶ DISCURSO - YouTube	15/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	8163	15-11-2023 INICIO DE LA CAMPAÑA ANTÁRTICA DE VERANO 2023-2024 ▶ DISCURSO	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	10:18
192	15-11-2023 ENTREVISTA EN A DOS VOCES POR TN ▶ - YouTube	15/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	113365	15-11-2023 ENTREVISTA EN A DOS VOCES POR TN ▶	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	33:45:00
193	16-11-2023 RUEDA DE PRENSA EN EL HOTEL ALVEAR PALACE ▶ - YouTube	16/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	9131	16-11-2023 RUEDA DE PRENSA EN EL HOTEL ALVEAR PALACE ▶	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	12:52
194	16-11-2023 ENTREVISTA EN EL NOTICIERO DE LA TV PÚBLICA ▶ - YouTube	16/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	5678	16-11-2023 ENTREVISTA EN EL NOTICIERO DE LA TV PÚBLICA ▶	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	08:13
195	16-11-2023 ENTREVISTA EN DESIGUALES POR LA TELEVISIÓN PÚBLICA ▶ - YouTube	16/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	21076	16-11-2023 ENTREVISTA EN DESIGUALES POR LA TELEVISIÓN PÚBLICA ▶	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	51:28:00
196	16-11-2023 EXPOSICIÓN EN EL CONSEJO INTERAMERICANO DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN ▶ PARTE 1 - YouTube	16/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	5011	16-11-2023 EXPOSICIÓN EN EL CONSEJO INTERAMERICANO DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN ▶ PARTE 1	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	22:05
197	Llegó la hora de la Unidad Nacional - YouTube	16/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	1035	Llegó la hora de la Unidad Nacional	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	02:19
198	El amor y la esperanza siempre le ganan al odio, a la bronca y a la violencia ♡ Gracias! - YouTube	16/11	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	12494	El amor y la esperanza siempre le ganan al odio, a la bronca y a la violencia ♡ Gracias!	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	01:30
199	16-11-2023 ENCUENTRO CON ESTUDIANTES ▶ - YouTube	16/11	Eufórico - Efusivo	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	10876	16-11-2023 ENCUENTRO CON ESTUDIANTES ▶	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	04:24
200	16-11-2023 EXPOSICIÓN EN EL CONSEJO INTERAMERICANO DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN ▶ PARTE 2	16/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Institucional - Gestión	Sin info	Desactivados	10637	16-11-2023 EXPOSICIÓN EN EL CONSEJO INTERAMERICANO DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN ▶ PARTE 2	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	40:41:00
201	16-11-2023 ENTREVISTA EN CORTÁ POR LOZANO POR TELEFE ▶ - YouTube	16/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Entrevistas	Sin info	Desactivados	30882	16-11-2023 ENTREVISTA EN CORTÁ POR LOZANO POR TELEFE ▶	Sereno	Descriptivas	Cortos / clips de otros medios	12:33
202	19-11-2023 VOTACIÓN EN TIGRE ▶ - YouTube	19/11	Tranquilo - Sereno - Conciliador	Actos políticos - Recorridas	Sin info	Desactivados	12825	19-11-2023 VOTACIÓN EN TIGRE ▶	Sereno	Descriptivas	Contenido exclusivo	07:50