

NOTA TÉCNICA 01 - MILEI SOLO HABLA DE MILEI

Responsables: Betiana Vargas (PAC UNLa, Argentina), Santiago Hernández (PAC UNLa, Argentina) y Ergon Cugler (FGV CNPq, Brasil)

Resumen: *Apuntamos que Milei no solo lideró la movilización de redes durante las primarias en las elecciones Argentinas (con 78,07% de los contenidos y 53,30% de compromiso de toda red), sino que también adoptó un enfoque personalista, hablando de sí mismo en tercera persona, reforzando su imagen, en lugar de presentar propuestas concretas, donde atacarlo logra el objetivo de que se hable de él y se fortalezca su performance.*

El pasado 13 de agosto se llevaron a cabo las elecciones primarias argentinas (PASO) en las que se definieron los candidatos a presidente que competirán en las elecciones generales de octubre. Javier Milei (La Libertad Avanza) obtuvo el 30,04% de los votos, Patricia Bullrich (Juntos por el Cambio) el 16,98%, Horacio Rodríguez Larreta (Juntos por el Cambio) el 11,30%, Sergio Massa (Unión por la Patria) el 21,40% y Juan Grabois (Unión por la Patria) el 5,87%.

La presente nota técnica presenta un análisis de red para examinar la dinámica discursiva de los candidatos presidenciales durante esta primera etapa de la carrera electoral.

En cuanto al aspecto metodológico, se utilizaron técnicas de extracción de datos web scraping en lenguaje Python para recopilar todos los tweets publicados por los perfiles **@JMilei**, **@PatoBullrich**, **@HoracioLarreta**, **@SergioMassa** y **@JuanGrabois**, desde el 24/06/2023 (fecha final de registro de candidaturas) hasta el 13/08/2023 (día de las PASO), lo que resultó en 4.058 tweets, 113.172 palabras y un compromiso total (sumando likes y retweets) de 4.832.090.

Tabla 1 - Métricas

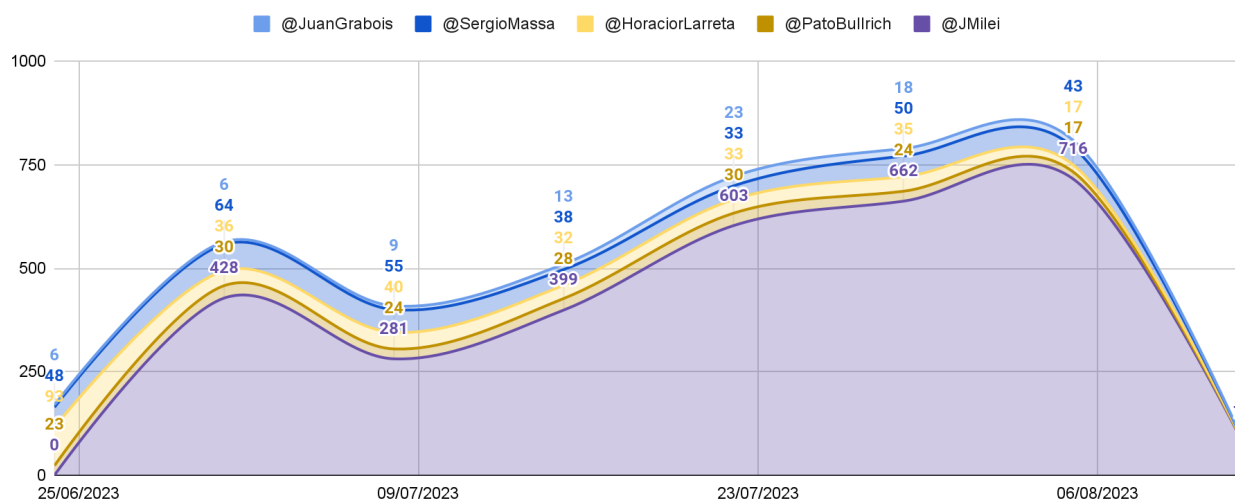
User	Tweets		Palabras		Compromiso	
1. @JMilei	3.168	78,07%	80.763	71,36%	2.575.496	53,30%
2. @PatoBullrich	177	4,36%	6.891	6,09%	1.157.937	23,96%
3. @HoracioLarreta	288	7,10%	10.259	9,06%	330.623	6,84%
4. @SergioMassa	333	8,21%	12.045	10,64%	373.895	7,74%
5. @JuanGrabois	92	2,27%	3.214	2,84%	394.139	8,16%
Total	4.058	100%	113.172	100%	4.832.090	100%

Elaboración propia (2023).

En el análisis del desempeño de los candidatos a la presidencia de Argentina en las redes sociales, se observa una clara predominancia del candidato **@JMilei**. Con un total de 3.168 tweets,

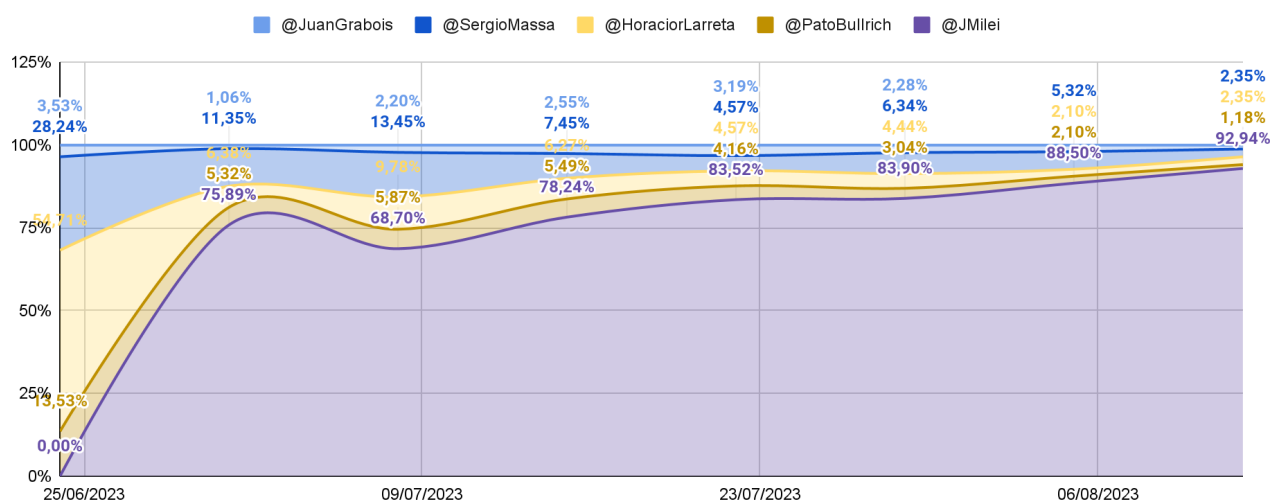
representa el 78,07% del total de mensajes analizados. Asimismo, ha demostrado un alto compromiso, ya que ha obtenido 2.575.496 interacciones, representando el 53,30% del compromiso general. En cuanto al compromiso en las redes sociales, @PatoBullrich ha logrado obtener un total de 1.157.937 interacciones, representando el 23,96% del compromiso general. Por su parte, @HoraciorLarreta ha conseguido 330.623 interacciones, representando el 6,84% del compromiso total. @SergioMassa, por otro lado, ha generado un compromiso de 373.895 interacciones, equivalente al 7,74% del compromiso total. En el caso de @JuanGrabois, su contenido ha obtenido 394.139 interacciones, representando el 8,16% del compromiso general.

Figura 1 - Cantidad de Tweets (Totales por Semanas)



Elaboración propia (2023).

Figura 2 - Cantidad de Tweets (Proporción por Semanas)



Elaboración propia (2023).

Massa ha mencionado "desarrollo", "trabajo", "país", "producción", "economía" y "patria", reflejando un interés en cuestiones económicas y de desarrollo para el país; y 5.) Grabois ha hablado sobre cuestiones como "ser", "Argentina", "política", "patria", "trabajadores" y "propuestas", demostrando un enfoque en temas nacionales y sociales.

Figura 4 - Tweets de Bullrich, Larreta, Massa y Grabois respectivamente



Elaboración propia (2023).

Cuando examinamos los números de Milei, queda claro que él mencionó "milei" 989 veces, "@jmilei" 637 veces y "javier" 452 veces. Curiosamente, mencionó su propia identidad más veces

que términos como "libertad" (305 veces) o "argentina" (157 veces), que se supone son los pilares fundamentales de su narrativa.

Milei cree que hablar de milei es estratégico. ¿Su autoimagen eclipsa el mensaje que busca transmitir? ¿Milei es más importante que la libertad que defiende? Milei a diferencia de otros candidatos que se enfocan en promover ideas y valores parece estar llevando una campaña diferente: se autopromociona. Milei elige una performance mediática donde su persona expresa valores y sentimientos. Su objetivo es lograr identificación.

La estrategia centrada en su persona parece captar la atención y logra instalarse en la arena política con mensajes repetitivos y sintéticos. Milei solo habla de Milei apelando a una performativa más expresiva que representativa. Por eso funciona como un gran Godzilla electoral donde atacarlo logra el objetivo de que se hable de él y se fortalezca su performance.