

**Universidad de San Isidro “Dr. Plácido Marín”
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales**

TRABAJO FINAL DE GRADO

**CAMBIO DE ESTRATEGIAS DISCURSIVAS ORIENTADAS
AL BALOTAJE 2023.**

**Un análisis comparativo de los discursos de Sergio
Massa y Javier Milei.**

Tutora: Mg. Constanza Barbato

Alumnos:

Lucas Martin Giglio. DNI: 42.930.499 | lucasmartingiglio@gmail.com

Marcela Andrea Santana. DNI: 21.963.665 | santana@usi.edu.ar

Carrera: Licenciatura en Comunicación Social

Diciembre 2024

Agradecimientos:

Agradezco profundamente a Dios, por su guía y apoyo constante. A Trinidad Llambias, por ser el puente que me conectó con la USI. A Nicolás Miranda, por su recomendación bibliográfica y por transmitirme la pasión por las estrategias de la comunicación. A cada uno de los docentes que contribuyeron a mi formación. A Lucas Giglio, por todos los encuentros y lo compartido generacionalmente. Y especialmente a Constanza Barbato, nuestra tutora, quien nos acompañó en este desafío y nos guió en la escritura de este TFG. Dedicado a mis hijos y a todas las nuevas generaciones de mujeres de mi familia.

Marcela Santana"

Gracias a Marce por sumarme a su idea, a Coni por tomarse el tiempo de tutorear este trabajo, a todos y cada uno de los docentes que formaron parte de este largo camino que fue la licenciatura. Mención especial a quienes despertaron nuevas o viejas pasiones en mí: Oscar, Nico, Lucho, Martín y Jorge. Dedicado a mi abuelo Norberto que no pasó un solo fin de semana sin preguntarme por este trabajo.

Lucas Martín Giglio

Índice

1. Introducción.....	5
1.1. Objetivo general.....	6
1.2. Objetivos específicos.....	6
2. Metodología.....	7
2.1. Abordaje Metodológico.....	7
3. Marco teórico.....	9
3.1. Principios y márgenes del discurso.....	9
3.2. Componentes del discurso	10
3.3. Destinatarios.....	11
3.4. Huellas prestadas.....	12
4. Contextualización.....	14
4.1. Trayectoria Política de Sergio Massa	14
4.2. Trayectoria Política de Javier Milei.....	15
4.3. Instancias de PASO y Balotaje.....	16
5. Análisis.....	18
5.1. Diferencias discursivas.....	18
5.1.1. Género.....	18
5.1.2. Afinidad política.....	19
5.1.3. Enemigos y propuestas.....	20
5.1.4. Todo tiempo pasado fue mejor.....	21
5.2. Palabras repetidas.....	22
5.3. Componentes.....	24
5.4. Destinatarios.....	26
5.4.1. Massa y sus destinatarios.....	27
5.4.2. Milei y sus destinatarios.....	28
5.5. Análisis de estructura de secuencia motivada de Monroe	30
5.6. Ganar o perder no es lo mismo.....	42

5.6.1. Javier Milei, de primero a segundo.....	42
5.6.2. Massa, la derrota del tercero vs la euforia del primero.....	44
6. Conclusiones.....	45
7. Bibliografía.....	48
ANEXO 1.....	51
ANEXO 2.....	56

1. Introducción

De acuerdo al calendario electoral establecido por la Cámara Nacional Electoral (CNE) la instancia del balotaje, a partir de la cual se definió el Presidente de la República Argentina, se llevó a cabo el domingo 19 de noviembre de 2023. Un hecho histórico en la política internacional marcó este periodo electoral: fué la primera vez que un candidato con apenas dos años de carrera política, Javier Milei, alcanzó la instancia de un balotaje con grandes posibilidades de convertirse en el Presidente de los argentinos. El escenario político se completó con Sergio Massa, político de carrera, que ocupaba en ese entonces el cargo de Ministro de Economía de la Nación Argentina, y resultó ser el candidato elegido para representar al oficialismo.

En las elecciones primarias abiertas simultáneas y obligatorias (PASO) realizadas el 23 de agosto de 2023, Javier Milei fue quien obtuvo la mayoría de los votos. Sin embargo, el resultado favorable de Sergio Massa en las elecciones generales del 22 de octubre los condujo a ambos a un balotaje. El análisis que proponemos tiene como objetivo identificar y examinar las estrategias utilizadas en el nuevo escenario político. Para ello, nos enfocaremos en los discursos del 22 de octubre de 2023, cuando se conoció el resultado que los llevó al balotaje.

En este contexto, resulta relevante analizar dicha fase electoral, ya que, ante la polarización de las intenciones de voto entre los dos candidatos, se hizo indispensable que las estrategias electorales se enfocaran en asegurar el respaldo de aquellos votantes que no los habían apoyado inicialmente. Este escenario representó un gran desafío para los candidatos, quienes se vieron obligados a ampliar su base electoral. Con el fin de alcanzar dicho objetivo, adoptaron diversas estrategias, entre las cuales se destacan el fortalecimiento de sus respectivas posiciones, la incorporación de valores propios de otros partidos, el ingreso de nuevos actores políticos y la intensificación de la polarización como herramienta.

Con el fin de lograr una visión integral en el análisis de los discursos, hemos utilizado diversos abordajes teóricos. Estos, combinados con el aporte de autores especializados en la materia, nos han permitido identificar los cambios de estrategias implementados por los equipos de campaña.

1.1. Objetivo General

Analizar las estrategias discursivas utilizadas por Sergio Massa y Javier Milei en los discursos pronunciados el 22 de octubre de 2023, durante la instancia electoral del balotaje.

1.2. Objetivos Específicos

- i. Identificar las diferencias en las estrategias discursivas empleadas por ambos candidatos.
- ii. Reconocer las palabras representativas de ambos discursos.
- iii. Comparar cómo afectó el resultado de la elección general en la producción de cada uno de los discursos.
- iv. Describir los distintos destinatarios de ambos discursos.

2. Metodología

2.1. Abordaje metodológico

En esta instancia, se definirá el enfoque metodológico que se utilizará en la investigación, tomando en cuenta el objetivo establecido. Este trabajo se enmarca dentro de una investigación de tipo cualitativa, conforme a lo indicado por Cristina Pérez Andrés, miembro del comité de redacción del editorial de la Revista Española de Salud Pública:

“En el terreno de las ciencias sociales se pueden estudiar tanto los hechos (desde el punto de vista de la frecuencia de su presentación, etcétera) de lo cual se encarga la metodología cuantitativa, como el sentido y la significación de las representaciones sociales y los discursos, de lo cual se encarga la metodología cualitativa, esta última a través del análisis del contenido manifiesto de los mismos para, mediante la interpretación, obtener el oculto o latente”. (Pérez Andrés, 2002: 380).

En nuestro caso, el objetivo es llegar a conclusiones acerca de la utilización de estrategias comunicacionales mediante el análisis de los discursos pronunciados por Sergio Massa y Javier Milei. Estos discursos, denominados por nosotros unidades discursivas, se encuentran en los anexos 1 Y 2, con sus respectivos enlaces a YouTube.

El presente trabajo se centra en el análisis individual de los discursos de ambos candidatos, fundamentándose en la bibliografía sobre análisis del discurso (Manzano, 2005), así como en las teorías sobre enunciación política (Verón, 1987) y en artículos periodísticos de diversos medios gráficos. En primera instancia, se identificaron los conceptos clave provenientes de la bibliografía consultada lo que ha permitido abordar de manera específica el objeto de estudio. A partir de dicha base teórica, se procederá a realizar el análisis de los discursos aplicando la metodología propuesta por los autores citados.

El análisis se enmarca en la perspectiva de que "volver la mirada hacia un tiempo pasado nos permite comprender e interpretar una realidad actual" (Yuni y Urbano, 2014). La importancia de este análisis radica en su contribución a la

comprensión de la adaptación de las estrategias comunicacionales de los candidatos presidenciales Javier Milei y Sergio Massa, en respuesta a los resultados de las elecciones generales de 2023. Además, busca ofrecer una visión crítica sobre cómo las narrativas políticas se transforman ante la realidad electoral. De este modo, se pretende proporcionar una herramienta valiosa para la interpretación de los fenómenos políticos contemporáneos.

3. Marco Teórico

3.1. Principios y márgenes del discurso

Para avanzar en este trabajo, resulta fundamental definir el término “*discurso*”. Si bien ha sido abordado por diferentes autores y desde diversas perspectivas, en este caso, nos interesa trabajar con la definición propuesta por el profesor titular de Metodología Cualitativa de la Universidad de Sevilla, Vicente Manzano. Según dicho autor, el discurso se define como una herramienta de persuasión y construcción de la realidad. Al respecto, señala que “al unir el lenguaje (...) con la vida en sociedad, obtenemos los discursos. (...) Un discurso es más que una colección de frases. Incluye (...) ideología, cultura, contexto complejo.” (2005).

En este análisis, nos centraremos en dos discursos puntuales, pronunciados por Javier Milei y Sergio Massa una vez finalizadas las elecciones generales y escrutadas la mayoría de las mesas. Dichas unidades discursivas no serán examinadas como un compartimento estanco. Por el contrario, también consideraremos su contexto socio político, la historia política de ambos candidatos, los antecedentes de las PASO, los resultados de las elecciones generales y las marcas discursivas de otros candidatos o líderes políticos. De esta manera, podremos identificar los elementos novedosos incorporados por Sergio Massa y Javier Milei en sus campañas, así como los recursos que decidieron abandonar para mejorar su estrategia y, en última instancia, lograr el triunfo electoral.

Es importante tener en cuenta que estas unidades discursivas persiguen dos objetivos: en primer lugar, la celebración de la llegada al balotaje, y en segundo lugar, presentar una propuesta capaz de seducir a un electorado que hasta ese momento les había sido ajeno. En este sentido, Manzano sostiene que “los discursos constituyen, tal vez, la herramienta más persuasiva para conseguir modelar actitudes, es decir, formas de pensar, sentir y actuar. Teniendo el poder de dar forma y transmitir los discursos, se posee también la oportunidad de construir realidad”(2005).

Dado que quienes construyen los discursos tienen la capacidad de moldear y construir la realidad, resulta crucial analizar las técnicas que han empleado ambos candidatos para influir y comunicar, con el objetivo de configurar una nueva realidad electoral de cara al balotaje. Este estudio, por lo tanto, no solo busca reconocer las estrategias discursivas, sino también comprender cómo estas herramientas se

emplean para modificar el panorama político. Así, el trabajo pretende aportar una comprensión más profunda sobre la construcción de discursos políticos y su impacto en los escenarios electorales.

3.2. Componentes del discurso

Para el análisis de los discursos no solo tomaremos la teoría desarrollada por Manzano, sino que también hemos decidido trabajar con algunos de los conceptos propuestos por Eliseo Verón en su obra *La Palabra Adversativa*. Este semiólogo especialista en análisis de los discursos sociales, sugiere unas clasificaciones que sirven como herramienta para descomponer los discursos. A continuación, destacaremos los cuatro componentes claves que, según Verón, conforman los discursos.

El componente descriptivo, según Verón, se basa en el uso de saberes comunes que el enunciador utiliza para posicionarse como fuente privilegiada de una verdad. Este componente es usualmente empleado para realizar una lectura del pasado y de la situación actual. A modo de ejemplo, se seleccionó el siguiente fragmento del discurso de Javier Milei:

(...) sobre todas las cosas quiero que tomen conciencia que hoy quedamos frente a la elección más importante de los últimos años, una elección que nos va a plantear si queremos continuar con este modelo que el kirchnerismo vende o si queremos volver a abrazar las ideas de la libertad que son las que hicieron grande Argentina en el siglo XIX (...).
(Anexo 2, discurso de Milei)

El componente didáctico, por su parte, corresponde a la auto-adjudicación del conocimiento. Verón lo describe de manera similar al componente anterior, diferenciándose este último en la posibilidad de comprobar lo dicho en el discurso. Por ejemplo Sergio Massa aseguró que “en cada uno de ustedes estuvo la energía que nos permitió que creciéramos casi 15 puntos desde la primaria a hoy” (Anexo 1, discurso de Massa).

Por otro lado, el componente prescriptivo, es aquel que determina el deber de los destinatarios mediante declaraciones de carácter impersonal que emite el enunciador, quien puede legitimarse como aquel que establece dicho deber.

“Salgamos a la calle, recorramos cada rincón del país y abracemos a todos los que quieren un cambio verdadero para nuestro país” (Anexo 2, discurso Milei).

Por último, Verón propone al componente programático como aquel que promete, que determina una posibilidad futura, que expresa los objetivos hacia los cuales se dirigen el enunciador y los destinatarios. Esta es una herramienta frecuentemente utilizada por los candidatos.

(...) Quiero convocar a que entendamos que la Argentina que viene es la Argentina del abrazo del campo y la Industria, del interior y la ciudad, es la Argentina del desarrollo ferroviario, de empresarios y trabajadores sentados a la misma mesa, construyendo en la suma de capital y trabajo más desarrollo argentino (...). (Anexo 1, discurso de Massa)

3.3. Destinatarios

En su obra *La Palabra Adversativa*, Verón sostiene que en el campo discursivo político se construye la idea de "los otros" la cuál se crea con el objetivo de establecer una rivalidad con el "nosotros". Este enfoque genera, por parte del enunciador, dos destinatarios claramente diferenciados entre sí, lo que a su vez contribuye a la división de los votantes. Por un lado, aquellos que se identifican con el "nosotros", es decir, el grupo al que el discurso busca reforzar, mientras que por otro lado, están "los otros", el grupo opositor o indeciso, que se construye como adversario.

Al construir su destinatario positivo y su destinatario negativo, el enunciador político entra en relación con ambos, (...). El destinatario positivo es esa posición que corresponde a un receptor que participa de las mismas ideas, que adhiere a los mismos valores persigue los mismos objetivos que el enunciador, el destinatario positivo es antes que nada el partidario (...).

Al destinatario negativo, lo llamaremos contradestinatario . El lazo con este reposa, por parte del enunciador, en la hipótesis de una inversión de la creencia: lo que es verdadero para el enunciador es falso para el contradestinatario e inversamente (...).

Pero el análisis del discurso político en un contexto democrático revela la presencia de un tercer tipo de destinatario (...) son identificados habitualmente como los “indecisos”, si votan, deciden su voto a último

momento. Designaremos esta posición como la posición del paradesinatario. (Verón, 1987:17)

De cara al balotaje 2023 en la República Argentina, los equipos de campaña debieron emplear herramientas discursivas dirigidas a un tercer destinatario, distinto del 'nosotros' y 'los otros'. Este tercer grupo está conformado por aquellos votantes que, hasta ese momento no se habían identificado con el 'nosotros' ni con el 'los otros'. En este sentido, se trata de votantes indecisos, quienes podían inclinarse hacia uno de los dos candidatos o por ninguno. Este sector, resultaba el más codiciado por los partidos en esta instancia puesto que su decisión podía determinar quien resultaría electo como presidente. Por lo tanto, los discursos se orientaron principalmente a captar su voto en esta etapa decisiva. En el marco de esta división tripartita de los destinatarios, y siguiendo la distinción teórica propuesta por Eliseo Verón, denominaremos al "nosotros" como "prodestinatarios", al "ellos" como "contradesinatarios", y a la masa indecisa de votantes como "paradesinatarios". Esta clasificación no solo delimitará las rivalidades construidas por cada candidato, sino que también subraya la importancia del tercer grupo de votantes, quienes desempeñarán un papel crucial en la definición del resultado electoral.

3.4. Huellas prestadas

Para una parte de nuestro análisis, emplearemos la teoría de los discursos sociales desarrollada por Verón en *La Semiosis Social*, material elegido por su significativo aporte al análisis lingüístico. El autor establece una relación gramatical entre las condiciones de producción de un discurso y las de su reconocimiento. A su vez, define dos conceptos fundamentales: "marca", que se refiere a los signos utilizados para construir un sentido determinado en los discursos, y "huella", que alude a las marcas reconocidas por los sujetos.

Se puede hablar de marcas cuando se trata de propiedades significantes cuya relación, sea con las condiciones de producción o con las de reconocimiento no está especificada (desde este punto de vista, por ejemplo, la lingüística trabaja sobre marcas propias de de la materia significativa lingüística). Cuando la relación entre una producción significativa y sus condiciones (sea de producción o de reconocimiento) se

establece, estas marcas se convierten en huellas de uno u otro conjunto de condiciones. (Verón, 2009: 129)

En los discursos analizados, las huellas actúan como índices, es decir, como signos que indican la contigüidad entre un objeto y otro. Este estudio se centró en identificar palabras repetidas en discursos anteriores o que remiten a los discursos de otros líderes políticos, es decir, que se basó en reconocer las huellas. La identificación y el análisis de estas huellas nos permitirán comprender cómo se construyen y transmiten significados a lo largo de la campaña, y cómo los candidatos utilizan estas referencias estratégicamente para atraer a un electorado que, hasta ese momento, les era ajeno.

4. Contextualización

Con el fin de realizar un análisis completo en este trabajo, se torna indispensable repasar la trayectoria política y profesional de cada candidato. Este enfoque permitirá comprender en profundidad su acceso a la candidatura, sus alianzas y enemistades. A través de este repaso, podremos evaluar cómo estos factores han influido en la configuración de sus discursos y estrategias de campaña.

4.1. Trayectoria Política de Sergio Massa

Sergio Tomás Massa nació en San Martín, Provincia de Buenos Aires, es hijo de Alfonso “Fofó” Massa, un empresario de la construcción, y de Luciana Cherti, ama de casa. Comenzó su educación en el colegio católico Agustiniano, donde también completó la escuela secundaria. En 2013, a los 41 años, obtuvo su título de abogado en la Universidad de Belgrano.

Su incursión en la política se remonta a principios de los años '90, cuando rápidamente asumió la presidencia de la juventud del partido Unión de Centro Democrático (UCD). Durante ese periodo, la UCD estableció vínculos estrechos con el peronismo liderado por Carlos Menem y con el sindicalista Luis Barrionuevo, también oriundo de San Martín. Estos lazos condujeron a Massa a integrarse al peronismo. Su conexión con el menemismo se consolidó a través de su relación con Malena Galmarini quien posteriormente se convertiría en su esposa. Massa inició su carrera pública como asesor de Alejandro Kenk, ex concejal de San Martín, y más tarde, tras la fusión entre la UCD y el PJ, asumió el rol de asesor en el Ministerio de Desarrollo Social bajo la dirección de Ramón “Palito” Ortega.

En 2001, luego de la renuncia de Fernando de la Rúa y la asunción interina de Eduardo Duhalde como presidente, su suegro Fernando Galmarini quien era asesor, lo designó como Director de la Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES), marcando así su primera posición ejecutiva. Continuó liderando la ANSES durante la presidencia de Néstor Kirchner. En 2007, se presentó como candidato a intendente de Tigre, donde obtuvo el 46% de los votos y derrotó al partido vecinal que había gobernado el municipio durante dos décadas.

Con la llegada de Cristina Fernández de Kirchner a la presidencia, Massa asumió un nuevo rol político al ser nombrado Jefe de Gabinete en 2008. Sin embargo, su relación con el Kirchnerismo se volvió tensa, en especial desde las elecciones legislativas del 2009, cuando Néstor Kirchner perdió frente a Francisco

De Narvárez. En aquellos comicios a Massa le fue mejor que a Kirchner en su distrito, Tigre, y ese corte de boleta generó sospechas de traición. A medida que se distanciaba del Kirchnerismo y de La Cámpora, Massa fundó el Grupo de los 8, una coalición de ocho intendentes bonaerenses que buscaban influir en la agenda política del entonces gobernador de la provincia de Buenos Aires, Daniel Scioli, cargo al que Massa aspiraba en un futuro.

Tras su paso por diversas administraciones, en 2013 Massa se alejó del Frente para la Victoria y fundó el Frente Renovador. Así se consolidó como un líder político independiente, sin jefaturas políticas superiores. A él se le atribuye el concepto de la “ancha avenida del medio”, con el que definió la misión de su partido: formar una amplia mayoría para gobernar, sin distinción de ideologías, pero con corazón peronista.

En 2015, Massa se postuló como candidato a presidente, donde resultó tercero detrás de Daniel Scioli (Frente para la Victoria) y Mauricio Macri (Cambiamos), quien ganó la elección en la segunda vuelta. En 2019, se unió a la fórmula Fernández-Fernández encabezando la lista de diputados nacionales del Frente de Todos por la Provincia de Buenos Aires, y asumió la presidencia de la Cámara Baja. Desde esa posición jugó un rol central en la coalición, donde actuó como mediador entre Alberto Fernández y Cristina Fernández de Kirchner. En agosto de 2022, tras la renuncia del ministro de Economía Martín Guzmán y la breve gestión de Silvina Batakis, Massa asumió como ministro de Economía. Este hecho lo convirtió en el primer abogado en ejercer ese cargo desde 1983, mientras se preparaba para una nueva candidatura presidencial, esta vez desde el oficialismo.

4.2. Trayectoria Política de Javier Milei

Javier Gerardo Milei nació el 22 de octubre de 1970 en el barrio de Palermo, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Es hijo de Norberto Milei, un empresario dedicado al transporte de pasajeros, y de Alicia Lucich, ama de casa. Tiene una hermana menor, Karina, quien desempeñó un rol crucial como jefa de campaña durante las elecciones presidenciales. Milei realizó sus estudios primarios y secundarios en el colegio Copello, ubicado en el barrio de Villa Devoto. Su formación universitaria la completó en la Universidad de Belgrano, donde obtuvo el título de Licenciado en Economía en 1993. Además, cursó un posgrado en Teoría

Económica en el Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES) y una Maestría en Economía en la Universidad Torcuato di Tella. En diciembre de 2022 recibió un Doctorado Honoris Causa de la Universidad Eseade, donde también se incorporó como profesor de la Diplomatura de Economía Austriaca en Microfinanzas y en la Maestría en Economía y Ciencias Políticas.

La carrera política de Milei comenzó en 2021, cuando decidió presentarse como candidato a diputado nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, representando al partido que él mismo fundó, La Libertad Avanza (LLA). Hasta ese momento, su única experiencia en el Estado había sido una breve pasantía en el Banco Central, realizada treinta años antes. Desde entonces se había desempeñado exclusivamente en el ámbito privado, ya sea como empleado en el grupo de medios Corporación América, como consultor independiente, o como profesor en universidades privadas. Paralelamente, desarrolló una faceta artística de actor e imitador, que luego canalizaría a través de los medios de comunicación, lo que le sirvió de trampolín hacia la fama. Las redes sociales jugaron un papel fundamental en su ascenso político, ya que le permitieron conectar principalmente con los jóvenes desencantados con los políticos, quienes, atraídos por su histriónico perfil, lo posicionaron como candidato presidencial. Su ingreso formal a la política se concretó a través de Avanza Libertad, el partido fundado por otro economista de perfil similar, José Luis Espert.

4.3. Instancias de PASO y Balotaje

En las elecciones primarias, el candidato libertario se alzó con la victoria, mientras que en los comicios generales, el representante del peronismo resultó vencedor, lo que implicó un cambio notable en el panorama político.

Entre el 13 de agosto y el 22 de octubre, Javier Milei consolidó su posición como la principal fuerza opositora, mientras relegó a Juntos por el Cambio a un rol secundario. En paralelo, frente al auge del ultraliberalismo, la noción de una "amplia avenida del medio" cobró nuevamente relevancia gracias a Massa y su propuesta de un gobierno de unidad nacional.

A partir de las propuestas de Milei, Unión por la Patria basó su campaña en destacar aquellos valores que representaban pilares de su propuesta en la defensa de la educación pública, gratuita y de calidad, logrando así captar el apoyo de sectores universitarios y sindicales. Su apelación a las madres para que no votaran

por Milei, al vincular la educación pública con la seguridad, resultó en una táctica exitosa, como lo demuestra el respaldo del 45% de las mujeres votantes en las elecciones generales.

El análisis realizado por el equipo de campaña, liderado por Antoni Gutiérrez Rubí, asesor en comunicación y estrategia principal de la campaña presidencial de Sergio Massa, reveló la incorporación de 2.1 millones de nuevos votantes y un cambio significativo en los votos en blanco. Desde un enfoque cuantitativo, el equipo de Massa ha logrado resultados positivos en la transición de las PASO a las elecciones generales. Por cada voto que sumó Milei, Massa obtuvo 5.5 votos adicionales, aumentando su apoyo en 2.9 millones de votos, frente a los 532.000 ganados por Milei.

Por su parte Milei, con su estilo políticamente incorrecto y propuestas audaces como la dolarización y el cierre del Banco Central y del CONICET, ha ganado un apoyo considerable, especialmente entre los jóvenes que lo siguen en redes sociales.

Luego de los resultados de las elecciones generales el partido fundado por Mauricio Macri y liderado por Patricia Bullrich, brindó su apoyo a Milei. Este respaldo fue crucial porque incluyó los recursos necesarios para fiscalizar las mesas de votación con boletas de papel. Esta estrategia consolidó el traspaso de votos desde la derecha tradicional hacia la derecha libertaria.

En resumen, las elecciones de 2023 no solo marcaron un cambio en el liderazgo político del país, sino también en el alineamiento de las fuerzas políticas, donde las alianzas jugaron un papel fundamental en la definición del futuro de Argentina.

5. Análisis

5.1. Diferencias discursivas

El recorrido de la trayectoria política de ambos candidatos ha facilitado la comprensión del origen de sus diferencias ideológicas. Los discursos analizados evidencian una marcada polarización en las posturas de cada uno. Por lo tanto, nuestro primer objetivo es identificar estas diferencias, las cuales se reflejan en el abordaje de temas clave, tales como la ideología de género, la interpretación del pasado de la Argentina, y la caracterización de otros candidatos como opciones positivas o negativas para el futuro del país. A continuación profundizaremos respecto de las diferencias más significativas que presentaron ambos candidatos en el desarrollo de sus campañas.

5.1.1. Género

La primera diferencia observada en los discursos de ambos candidatos es de naturaleza ideológica, entendiendo la ideología, según lo define Manzano, "(...) como un concepto complejo que define la esencia de un grupo" (2005). Esta diferenciación es evidente en el uso no sexista del lenguaje, un aspecto que tuvo un impacto significativo en ambos discursos. Brigitte Vasallo, investigadora y docente del Máster de Género y Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, sostiene en su libro *Lenguaje inclusivo y exclusión de clases* que "el malestar entre el lenguaje normativo y la emancipación de género no pertenece al campo de la lingüística, sino al campo de la política" (2021).

Cuando Sergio Massa utilizó la expresión "argentinos y argentinas" en el primer párrafo de su discurso, no sólo hizo referencia a los derechos adquiridos por la Ley 26.743 de identidad de género, sino que también evocó una fórmula utilizada por la Dra. Cristina Fernández de Kirchner, la primera mujer en asumir la presidencia de Argentina, quien años atrás ya empleaba términos como "todos y todas" o "argentinos y argentinas".

Por otro lado, la decisión de Javier Milei de utilizar el masculino como universal, al referirse a sus oyentes como "argentinos" o "argentinos de bien" (expresión que se analizará más adelante en este trabajo), marcó una diferencia

discursiva. Esta elección también estuvo en consonancia con la propuesta de cambio que Milei articuló en su discurso. De hecho, en relación con la Ley 26.743, sancionada en 2022 durante el gobierno de Alberto Fernández, Milei expresó una postura clara en el Foro Económico Mundial en Davos, Suiza, en enero de 2024: no adoptará el uso del lenguaje no sexista.

5.1.2 Afinidad Política

Uno de los objetivos de los equipos de campaña que alcanzan la etapa es captar los votos de aquellas personas que no se vieron representadas por los candidatos que llegaron al balotaje. Para ello, resulta imprescindible establecer una cercanía con los diversos grupos de votantes.

En este contexto, Sergio Massa mencionó nombres específicos y se dirigió de manera directa a los votantes del Partido de los Trabajadores Socialistas, liderado por la diputada Myriam Bregman. Además, le habló a los electores del ex gobernador de la provincia de Córdoba, Juan Schiaretti, quien se postulaba por el partido Peronismo Federal. Massa también incluyó en su discurso a aquellos que optaron por no votar, por votar en blanco, y a quienes él denominó “aquellos que eligieron otra opción pensando en la necesidad de tener una Argentina en paz” (Anexo 1, discurso de Massa). De este modo, su discurso logró abarcar todas las posturas posibles, convocando a la unidad y apelando directamente a los votantes en lugar de a los líderes políticos.

Por otro lado, Javier Milei optó en primer lugar por nombrar y felicitar a dos líderes políticos que resultaron victoriosos en las elecciones: Jorge Macri, quien asumiría como jefe de gobierno de la Ciudad Buenos Aires, aunque en ese momento se enfrentaba también a un balotaje con Leandro Santoro, del partido Unión por la Patria, y Rogelio Frigerio, gobernador electo de Entre Ríos. Esta decisión contrastó con la estrategia de Massa, ya que Milei prefirió no dirigirse directamente al electorado.

Posteriormente, Milei enunció la frase:

(...) la campaña hizo que muchos de los que queremos un cambio nos viéramos enfrentados. Por eso yo hoy vengo a dar por terminado ese proceso de agresiones y de ataques y estoy dispuesto a hacer tabula rasa,

barajar y dar de nuevo con el objetivo de terminar con el Kirchnerismo (...).
(Anexo 2, discurso de Milei)

El uso de la palabra “cambio”, planteó la posibilidad de establecer una alianza con Juntos por el Cambio, el partido de centro derecha presidido por Patricia Bullrich, instando a los votantes a elegirlo en las urnas con el fin de “terminar con el Kirchnerismo”. Es relevante destacar que en este trabajo se profundizará en el significado y el uso de la palabra “cambio” por parte de Javier Milei.

5.1.3 Enemigos y propuestas

Javier Milei definió al kirchnerismo en su discurso como “una organización criminal que no va a dejar barbaridad por cometer con tal de sostenerse en el poder (...) es lo peor que le ha pasado a la Argentina”. (Anexo 2, discurso de Milei). Mediante esta afirmación, el candidato decidió plantear como enemigo a una corriente política argentina que se inició en el 2003 con el primer gobierno del Presidente Néstor Kirchner. Al establecer a este movimiento político como adversario, Milei también generó una complicidad con aquellos que, aunque no lo votaron, se oponían al kirchnerismo. Por lo tanto, se observa que la construcción de un enemigo en común con los antikirchneristas, es el eje central del discurso de Javier Milei de cara al balotaje.

En contraste, Sergio Massa ofreció un discurso más extenso en el cual no definió a un enemigo ni planteó una oposición concreta a un movimiento político específico. En su lugar, dedicó tiempo a desarrollar una serie de propuestas transversales dirigidas a la sociedad argentina en su conjunto. Según Antonio Garrido, Doctor en Ciencias Políticas y Licenciado en Derecho, en su obra *Tendencias en la comunicación política y las campañas electorales en América Latina*, “los candidatos en América Latina han tendido a diferenciarse cada vez más acudiendo a temas transversales, ya que estos no generan división en el electorado, dado que los ciudadanos comparten sus preferencias en torno a ellos” (2013). En este contexto, Massa sostuvo:

Quiero convocar a la construcción de un régimen laboral moderno, que abrace la tecnología, que abrace la capacitación laboral, sin renunciar a derechos conquistados por los y las trabajadores argentinos. Convocar a la Argentina, que se para frente

al mundo a hacer valer sus recursos naturales con valor agregado y no que regala sus recursos naturales... convocar a la construcción de la unidad nacional sobre la base del desarrollo Federal, necesitamos más federalismo, más coparticipación para las provincias más desarrollo para el norte argentino y la Patagonia más inclusión sobre la base, sobre la base de la construcción de un país que aumente exportaciones con valor agregado para fortalecer sus reservas, para consolidar su moneda, para recuperar el crédito hipotecario, para consolidar los proyectos de desarrollo de lotes con servicios, para incluir a las personas con discapacidad porque no son un número. (Anexo 1, discurso Sergio Massa)

La transversalidad que Massa buscó en su discurso se manifestó en estas últimas afirmaciones. En este contexto, destacó la necesidad de modernizar el empleo mientras se garantiza la protección al trabajador. Además, subrayó la importancia de comercializar los recursos naturales del país con el resto del mundo. En consecuencia, también abordó el aumento de la coparticipación para las provincias, el desarrollo industrial y el valor agregado que esto puede aportar a la economía nacional. De este modo, su enfoque sobre la situación del país prometió ser lo más abarcativo posible, lo cual justifica en parte la extensión de su discurso.

En resumen, cada candidato presentó una lectura particular acorde con su posición en el panorama político. Es necesario recordar que Massa pertenecía al partido oficialista en ese momento; por lo tanto, su discurso se centró en propuestas constructivas para evitar confrontaciones directas con el gobierno. Por el contrario, Milei, al no haber sido parte de ningún gobierno y enfrentarse a sus primeras elecciones presidenciales, adoptó un enfoque distinto al establecer un enemigo directo.

5.1.4. Todo tiempo pasado fue mejor

En su discurso, Javier Milei presentó un análisis histórico parcial. Según su planteo, las "ideas de la libertad" fueron responsables del auge de Argentina en el siglo XIX. En este sentido, es cierto que en dicho periodo particularmente entre 1880 y 1914, Argentina tuvo un gran crecimiento en términos macroeconómicos. Este hecho es corroborado por la página oficial del gobierno argentino, que describe

esta etapa como la de mayor crecimiento económico del país. De esta manera, Milei utilizó una interpretación de ese período para respaldar su propuesta política. Sin embargo, no especificó en su discurso cuáles eran esas "ideas de la libertad". Aunque su afirmación sobre el crecimiento económico era precisa —el producto bruto per cápita se duplicó y la población se cuadruplicó—, esta lectura omitía aspectos fundamentales. A pesar del crecimiento de la industria y la exportación agrícola, la Argentina de esa época era profundamente desigual. Las provincias, los trabajadores de la tierra, y los habitantes ajenos al circuito productivo principal no se beneficiaban de la riqueza generada. En este contexto, el análisis de Milei mostraba solo una dimensión de la realidad, ocultando otras.

Por otro lado, Sergio Massa optó por no realizar una relectura del pasado en su discurso, sino que centró su atención en el futuro, invitando a confiar en su mandato a partir del 10 de diciembre. De esta manera, buscaba disipar el sentimiento de decepción de quienes habían votado al gobierno de Alberto Fernández.

En conclusión, el análisis discursivo de Javier Milei reveló una utilización selectiva de la historia para legitimar su propuesta política, al destacar únicamente los aspectos positivos del crecimiento económico del siglo XIX, mientras omitía las desigualdades sociales de la época. En contraste, Sergio Massa evitó una evocación histórica para marcar su diferencia con el anterior gobierno.

5.2. Palabras repetidas

Hemos aplicado la Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón, con el objetivo de examinar la función y el uso de palabras recurrentes en los discursos de los candidatos. En este contexto, definimos como "marca" aquellas palabras que se reiteran a lo largo de un discurso, y como "huella", la correcta decodificación de dichas palabras por parte del receptor del discurso.

Para realizar este análisis, primero revisaremos las transcripciones de cada una de las unidades discursivas. Luego subrayamos las palabras que se repitieron cinco o más veces, excluyendo conectores, artículos y otros signos lingüísticos que no evidencian intencionalidad política. Este enfoque nos permitirá identificar los signos que funcionaron como herramienta en la construcción de la nueva etapa electoral que ambos candidatos enfrentaron.

Particularmente, en el discurso de Sergio Massa se observó una repetición de la palabra “Argentina”, la cual apareció diecisiete veces. Esta repetición contribuyó a la construcción de un sentido patriótico alineado con la coherencia narrativa de su partido político, Unión por la Patria. Además, el candidato utilizó una huella discursiva asociada a Cristina Fernández de Kirchner al emplear la frase "argentinos y argentinas". Esta estrategia sugiere una conexión entre Massa y las ideas de la ex presidenta, buscando fidelizar al electorado afín a dicha figura política. De manera similar, la expresión "todos y todas", también vinculada a Cristina Kirchner por su repetida utilización en sus discursos, se aplicó en dos ocasiones durante su discurso.

Otro de los términos que se reiteró en diversas formas fue el de la gratitud, manifestado a través de expresiones como "gracias" y "agradecimientos". Esto resultó previsible tras la victoria electoral de Sergio Massa, ya que mediante este significante se observó una estrategia para transferir la victoria a los votantes, a la vez que se establecieron las bases para una futura victoria en el balotaje. Asimismo, la palabra "Patria" emergió de manera recurrente, no sólo vinculada al sentido patriótico, sino también asociada a "Unión", reflejando así el espíritu dialoguista del candidato y su aspiración de conformar un gobierno de unidad nacional. Entre otros signos que se repitieron se incluyen "votar", "construir" y "gobierno", así como la referencia a la fecha de asunción, "diez de diciembre", mencionada en seis ocasiones. Este conjunto de significantes conformó una promesa de campaña y reveló una estrategia optimista en el contexto de la victoria de Unión por la Patria.

Cuadro de palabras más repetidas por el candidato Sergio Massa:

Palabra	Cantidad de repeticiones
Argentina	17
Construir	14
Argentinos y Argentinas	12
Gracias y agradecimientos	9
Patria	8
Diez de diciembre	6

Por otro lado, en el discurso de Javier Milei se observó una menor cantidad de palabras repetidas. Una de las más destacadas fue “libertad”, utilizada en ocho

ocasiones, representando sus ideas y formando parte del nombre de su partido político por La Libertad Avanza. Se presume que esta palabra funcionó como una huella diseñada para resignificar rápidamente a Milei y a su partido político. En el mismo discurso, las palabras “kirchnerismo”, “cambio” y "juntos" se repitieron siete veces cada una. La primera de estas, “kirchnerismo”, fue empleada con una carga negativa y estableciendo así una oposición con dicho movimiento político. La estrategia de Milei consistió en rivalizar no tanto con Sergio Massa, sino con el Kirchnerismo, lo que invisibilizó al candidato oficialista y planteó una lucha ideológica.

A su vez, Milei decidió incorporar las huellas del partido Juntos por el Cambio. Esta estrategia tuvo fines similares al uso de “argentinos y argentinas” en el discurso de Massa; no obstante, en este caso, Milei intentó expresar una contigüidad con el partido político presidido por Patricia Bullrich, para así captar los votos de la tercera fuerza electoral.

Cuadro de palabras más repetidas por el candidato Javier Milei:

Palabra	Cantidad de repeticiones
Libertad	8
Kirchnerismo	7
Cambio	7
Juntos	7

De este modo, se puede afirmar que ambos candidatos instrumentaron significantes de manera similar. Sergio Massa no mencionó ni una sola vez a Milei, y viceversa. En ambas unidades discursivas se observó la codificación de huellas vinculadas a otros partidos políticos o a referentes políticos que no se postularon, con el fin de atraer y captar los votos de un electorado aún indeciso o ajeno a sus propuestas.

5.3. Componentes

En este apartado, se analizaron los discursos conforme a la clasificación de componentes desarrollada en el marco teórico. El primer componente, según la

clasificación propuesta por Verón, que se observó en cada discurso fue el componente descriptivo.

Tanto Javier Milei como Sergio Massa ofrecieron una interpretación de la realidad de la República Argentina fundamentada en saberes populares propios de la utilización de los componentes descriptivos en los discursos. En el caso del candidato de Unión por la Patria, se destacaron afirmaciones tales como: "sé que muchos de esos que nos votaron son los que más están sufriendo" (Anexo 1, discurso Massa), "cada uno de nosotros (...) lo mejor que tenemos es nuestra familia" (Anexo 1, discurso Massa), "la grieta se murió y empieza una nueva etapa" (Anexo 1, discurso Massa), y "nuestra patria (...) nos obliga a trabajar juntos abrazando al otro, aunque piense distinto" (Anexo 1, discurso Massa). Estas declaraciones fueron presentadas como verdades indiscutibles, buscando no solo generar credibilidad, sino también posicionarse como una fuente privilegiada de conocimiento, y así, sustentar su discurso en base a estas creencias, características propias de un discurso descriptivo.

En cuanto a Javier Milei, su interpretación de la realidad se articuló en torno a afirmaciones que buscaban polarizar al electorado. En este sentido, sostuvo que "dos tercios de los argentinos votaron por un cambio, votaron por una alternativa a este gobierno de delincuentes que quiere hipotecar nuestro futuro para permanecer en el poder" (Anexo 2, discurso Milei). Esta declaración no solo incluyó una fuerte crítica a su adversario político, cargada de un tono peyorativo, sino que también delineó un público objetivo: aquellos votantes desencantados con la gestión gubernamental vigente en aquel momento. Asimismo, esta estrategia discursiva se repitió en frases como "enfrente tenemos una organización criminal" (Anexo 2, discurso Milei) y "el kirchnerismo es lo peor que le ha pasado a la Argentina" (Anexo 2, discurso Milei), en las cuales Milei intentó consolidarse como la figura principal de la oposición, apelando a la indignación y al descontento generalizado en la sociedad argentina.

El componente utilizado con mayor frecuencia por Sergio Massa fue el descriptivo, seguido de cerca por el componente programático que es aquel que proyecta promesas y expresa posibilidades futuras. A lo largo de su discurso, el candidato reiteró en varias ocasiones los términos "presidente" y "10 de diciembre", lo que refleja su confianza en una eventual victoria electoral. Ejemplo de ello son

frases como: "A partir del 10 de diciembre, empezaré a construir una nueva etapa para la historia política argentina". Del mismo modo, expresó: "Sepan que, como presidente, no les voy a fallar"; "Voy a convocar a un gobierno de unidad nacional"; "La Argentina que viene es la Argentina del abrazo del campo y la industria"; y "Voy a cuidar, desde el 10 de diciembre, a cada argentino" (Anexo 1, discurso Massa).

Al igual que Sergio Massa, Javier Milei estructuró su discurso mediante el uso predominante de componentes descriptivos, los cuales le permitieron ofrecer una interpretación de la realidad política y económica de Argentina. La visión que presentó fue negativa y, la única solución que propuso, fue su propio proyecto político. El otro componente predominante en su discurso fue el prescriptivo, aquel que busca determinar el deber hacer de los destinatarios. En este sentido, su frase "si todos los que queremos un cambio no trabajamos juntos se van a quedar con este país" marcó una dirección clara: aquellos que están en contra del kirchnerismo debían trabajar juntos para que no gane. Al emplear términos como "todos" y "juntos", Milei no sólo se dirigió a su electorado, sino que también intentó incluir a los votantes de Juntos por el Cambio. A su vez, cuando afirmó "no podemos permitir que el kirchnerismo nos siga destruyendo la vida", asignó una responsabilidad concreta a sus seguidores. Finalmente, su cierre apeló al mismo recurso, prescriptivo y también programático al declarar: "hagamos la revolución liberal, se puede cambiar y existe una Argentina posible si ese futuro es liberal" (Anexo 2, discurso Milei), dirigiendo y prometiendo al mismo tiempo.

Por último, es relevante señalar que hemos identificado escasos componentes de origen didáctico en los discursos analizados. Tanto Javier Milei como Sergio Massa optaron por posicionarse como fuentes privilegiadas de conocimiento, basando sus argumentos en sus propias ideologías. No obstante, cabe destacar que el objetivo de sus discursos no fue educativo, sino persuasivo.

5.4. Destinatarios

Como hemos mencionado anteriormente en el marco teórico, uno de los fundamentos clave para analizar las unidades discursivas de los candidatos se encuentra en la teoría expuesta en *La Palabra Adversativa* de Eliseo Verón. Esta teoría se centra en la clasificación de los distintos tipos de destinatarios, que se dividen en tres categorías: el prodestinatario (afín al discurso), el contradestinatario

(que se opone al discurso) y el paradestinatario (que se muestra neutral respecto a ambos discursos).

Es necesario aclarar que en la comunicación política no es suficiente dirigirse exclusivamente a los propios; resulta igualmente importante dirigirse a aquellos que sostienen posturas contrarias y neutrales.

5.4.1. Massa y sus destinatarios

En su discurso, Sergio Massa comenzó dirigiéndose a los prodestinatarios, es decir aquellos que adhieren a los mismos valores, mediante una estrategia de agradecimiento. Este reconocimiento no solo posicionó su victoria electoral como un logro compartido con los militantes, sino también con los 8 millones de argentinos que lo votaron.

En lo que respecta a los contradestinatarios, el discurso de Massa no incluyó referencias explícitas. Sin embargo, se percibieron mensajes indirectos que formaron parte de una estrategia orientada a diferenciarse del discurso agresivo y violento de Milei y buscaron negar esos insultos que eran a su vez, antipatria. Para dirigirse a los paradestinatarios, Sergio Massa empleó una estrategia basada en el contraste de ideas, presentó tanto su visión como la de su oponente, con el objetivo de ofrecer a los indecisos la posibilidad de elegir la opción más afín a sus ideas. Este enfoque se refleja en frases como:

Quiero decirles que mi compromiso es construir más Argentina y más argentinidad y no menos, que mi compromiso es construir más orden, más seguridad y no improvisación, que mi compromiso es construir reglas claras frente a la incertidumbre, que mi compromiso es construir una Patria en la que sin dudas tengamos la capacidad de que nuestros hijos puedan elegir ir a la escuela con una compu en la mochila y no con un arma en la mochila. Quiero para eso reiterar algo que vengo planteando desde el primer día en que decidí ser candidato a presidente: voy a convocar a un gobierno de unidad nacional el 10 de diciembre. (Anexo 1, discurso de Massa)

Este contraste de propuestas situó al votante indeciso en la necesidad de tomar una decisión basada en cuestiones morales, enfatizando que únicamente una persona inmoral podría desear que los niños porten armas en lugar de laptops en

las escuelas. Esta construcción estratégica se dirigió específicamente a quienes optaron por no votar, votar en blanco, o respaldar a candidatos de otras fuerzas como Bregman y Schiaretti.

En resumen, la estrategia de Sergio Massa para llegar a los prodestinatarios se basó en el refuerzo de su apoyo. Por otro lado, para dirigirse a los indecisos propuso un dilema moral y constitucional, planteó temas transversales y generó un claro contraste de sus ideas con las del candidato opositor, reforzando la idea de patria versus un discurso antipatria, que descalifica a la Argentina. Mientras tanto, los contradestinatarios no fueron mencionados en su discurso.

5.4.2. Milei y sus destinatarios

Javier Milei, por su parte, optó por un discurso breve, pero aprovechó cada oportunidad para dirigir mensajes a los distintos tipos de destinatarios.

Su mensaje dirigido a los prodestinatarios se basó en celebrar las ideas de la libertad, un concepto central en su campaña. De este modo, presentó la libertad como sinónimo de un pasado glorioso y como una promesa de un futuro mejor: “Queremos volver a abrazar las ideas de la libertad que son las que hicieron grande Argentina en el siglo XIX y que todos los países que abrazan las ideas de la libertad progresen”. (Anexo 2, discurso Milei). Además, al definir a sus votantes como “argentinos de bien”, Milei los dotó de una identidad específica.

En relación a los paradestinatarios, Milei dirigió un mensaje claro al electorado de Juntos por el Cambio, partido político al que previamente había criticado. A través de frases como:

Si todos los que queremos un cambio no trabajamos juntos se van a quedar con este país. Si todos los que queremos un cambio no trabajamos juntos, se van a quedar con la ciudad de Buenos Aires. No podemos permitir que el Kirchnerismo nos siga destruyendo la vida. La elección que tenemos por delante es muy clara: o cambiamos o nos hundimos. (Anexo 2, discurso Milei)

Como se ha expuesto previamente en este trabajo, Milei adoptó el término "cambio" como un indicador discursivo que reflejaba su acercamiento a Juntos por el Cambio. Asimismo, desplegó una estrategia que lo posicionó junto a Patricia Bullrich en su papel de principal opositora al kirchnerismo. En este sentido, los

mensajes antikirchneristas, reemplazaron al discurso anticasta que Milei había utilizado. Esta estrategia puede interpretarse como un esfuerzo por captar con un discurso agresivo el apoyo del paradestinario antikirchnerista.

El siguiente fragmento de su discurso demuestra una estrategia similar a la empleada por el equipo de campaña de Massa, ya que también se centró en el contraste de propuestas, posicionándose como la opción más viable en el balotaje:

Los que nos encerraron en una cuarentena brutal o los que pedimos libertad, los que defienden el populismo versus los que defendemos la República, los que quieren usar el Estado en beneficio propio versus lo que queremos que la política esté al servicio de los argentinos de bien, los que liberan presos o los que queremos a los delincuentes tras las rejas, los aliados de Cuba, Hamas y todas las dictaduras sangrientas del mundo o los que queremos abrazar el mundo libre, nunca hubo una elección más clara en nuestra historia. (Anexo 2, discurso Milei)

Aunque ambas estrategias mostraron similitudes, es posible identificar las diferencias en su aplicación. Mientras que Javier Milei abordó el contraste de ideas desde un enfoque ideológico, por otra parte, Sergio Massa apeló más a la emocionalidad en su discurso. El libertario abordó a los contradestinatarios de forma agresiva, agraviando al kirchnerismo; en cambio, Massa optó por no mencionar al electorado de Javier Milei.

En síntesis, el refuerzo dirigido a los prodestinatarios en el discurso de Milei estuvo estrechamente relacionado con una construcción ideológica que propuso a las ideas de la libertad como motor de cambio. Al mismo tiempo, el mensaje dirigido a los paradestinatarios se fundamentó en acercamientos a la tercera fuerza política, con el objetivo de asegurar el apoyo y la alianza con Juntos por el Cambio para ganar las elecciones.

5.5. Análisis comparativo de la aplicación de la Estructura de Secuencia Motivada de Monroe en los discursos de ambos candidatos

En el *Manual de Comunicación Política y Estrategias de Campaña* (Crespo “et al”, 2011) sostienen que la preparación de discursos en módulos constituye una estrategia efectiva para los políticos. En este contexto, se propone la utilización de la “Estructura de secuencia motivada” de Alan H. Monroe, como una herramienta organizativa clave, Esta estructura se basa en una presentación lógica que se articula en los siguientes pasos (pp.163-179):

1. Captar la atención de la audiencia
2. Describir el problema
3. Presentar la solución
4. Visualizar los resultados de la solución
5. Mover a la audiencia a la acción.

1. Captación de atención de la audiencia

Variables de entrecruzamiento	Discurso Massa	Discurso Milei
Uso del tiempo	Sergio Massa utilizó un tiempo de siete minutos y cuarenta y un segundos para captar la atención del público, dirigiéndose a los distintos grupos de la siguiente manera:	Utilizó un tiempo de un minuto y seis segundos para captar la atención del público, dirigiéndose de la siguiente manera:

<p>Objetos de agradecimiento y saludos</p>	<p>Primero, se dirigió a los ciudadanos argentinos y argentinas que lo votaron, reconociendo su apoyo y confianza. También destacó a quienes participaron del operativo electoral y a todos aquellos que contribuyeron al crecimiento de 15 puntos en relación a las primarias. Incluyó a todos los votantes que lo respaldaron, subrayando que su gestión sería la mejor herramienta para el país a partir del 10 de diciembre.</p>	<p>Comenzó dirigiéndose a los dirigentes de su espacio político, destacando el esfuerzo que han puesto en representar las ideas que, según él, hicieron grande a este país. Mencionó a Carolina Piparo, candidata a Gobernadora de la Provincia de Buenos Aires, y a Ramiro Marra, candidato a Jefe de Gobierno de CABA, reconociendo su participación en las elecciones, aunque no lograron la victoria, y valorando su batalla en defensa de sus ideas.</p>
<p>Objetos de reconocimiento.</p>	<p>Se dirigió a quienes votaron en blanco, a los que eligieron no votar, y a quienes optaron por otros candidatos como Mirian Bregmann o Juan Schiaretti, así como a los radicales que comparten los mismos valores institucionales.</p>	<p>Saludó a Jorge Macri, quien en ese momento aún no había sido confirmado, pero había ganado la Jefatura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires sin necesidad de ir a balotaje. Saludó a Rogelio Frigerio, quien ganó la</p>

		Gobernación de Entre Ríos
Otras referencias	Hizo referencia a los 40 años de democracia y reafirmó su compromiso con el sistema democrático.	

Para captar la atención de la audiencia, Sergio Massa dedicó casi ocho minutos a expresar su agradecimiento y a subrayar que era consciente de la falta de convicción con la que algunos votantes lo habían respaldado. A pesar de haber obtenido el 36,6% en las elecciones generales y de haberse posicionado en primer lugar, Massa dejó claro desde el inicio de su discurso que entendía la difícil situación por la que atravesaban sus votantes. Este enfoque fue inmediato, consciente de que, si no lograba conectar rápidamente el tema central, corría el riesgo de perder la atención de la audiencia.

Por su parte, Javier Milei utilizó los primeros momentos de su discurso para agradecer a los miembros de su partido y a los políticos que resultaron electos. Con el 29.9% de los votos y habiendo quedado segundo en el balotaje, Milei postergó la exposición del problema principal para los minutos siguientes.

La principal diferencia en las introducciones de ambos discursos radicó en el enfoque de sus agradecimientos: mientras que Massa optó por saludar y agradecer directamente al electorado, Milei dirigió su gratitud hacia los políticos que participaron en las elecciones. Además, es destacable que Massa hizo referencia a los cuarenta años de la nueva era democrática en Argentina, subrayando la importancia de los valores institucionales. Esta diferencia en los agradecimientos iniciales no solo resalta las distintas estrategias retóricas de ambos candidatos, sino también la manera en que cada uno buscó conectar con su audiencia: Massa apelando a la historia democrática del país para fortalecer su relación con los votantes, y Milei consolidando su apoyo entre los líderes políticos que compartían su visión de cambio.

2. Descripción del problema

Uso del tiempo	Massa utilizó siete minutos y veintidós segundos para la descripción del problema.	Milei utilizó dos minutos y dieciocho segundos para describir el problema.
Convocatorias y planteamiento de necesidades.	<p>Expresó su compromiso de trabajar para ganarse la confianza del electorado en los 30 días previos al balotaje.</p> <p>Planteó su idea de convocar a un gobierno de unidad nacional, en el cual se priorizaría la selección de los mejores, independientemente de su afiliación política.</p> <p>Mencionó la importancia de establecer pilares sólidos para el Estado y convocó a la construcción de un régimen laboral moderno que respete los derechos adquiridos por los trabajadores.</p> <p>Resaltó la relevancia del federalismo, la coparticipación de las provincias, el fortalecimiento de las reservas del país y el</p>	Hizo un llamado a la audiencia para que tomara conciencia sobre la necesidad de poner fin al kirchnerismo.

	<p>acceso al crédito hipotecario.</p> <p>Incluyó a las personas con discapacidad como parte fundamental de su proyecto, y mencionó la importancia de unir al campo y la industria en la misma mesa, con el objetivo de construir más capital argentino.</p>	
--	---	--

En el desarrollo de la secuencia motivada de Monroe, al abordar la descripción del problema, Massa se centró en ganarse la confianza de aquellos que lo votaron y de quienes optaron por otras opciones. Reconociendo la importancia de que la declaración del problema fuera clara para la audiencia, cumplió con este objetivo.

Adicionalmente, Monroe sostiene que el orador debe conectar el problema con la audiencia a un nivel personal. En este sentido, Massa subrayó los pilares del Estado, mencionando a personas con discapacidad y a trabajadores, entre otros sectores, para resaltar cómo su propuesta se relacionaba directamente con las necesidades del público.

En contraste, Milei dedicó poco más de dos minutos para reforzar la necesidad de que el electorado lo respalde en su misión de erradicar el kirchnerismo, aunque en este punto no ofreció explicaciones adicionales.

En conclusión, la aplicación de la secuencia motivada de Monroe en los discursos de Sergio Massa y Javier Milei revela enfoques discursivos significativamente distintos. Massa, consciente de la necesidad de consolidar su apoyo, utilizó una estrategia detallada para describir el problema y proponer soluciones, subrayando la importancia de la unidad nacional y el fortalecimiento de las instituciones. Su discurso estuvo diseñado para conectar emocionalmente con la

audiencia, utilizando ejemplos concretos y apelando a sectores específicos de la población.

Por otro lado, Milei adoptó una postura más directa y combativa, centrando su discurso en la necesidad de terminar con el kirchnerismo, pero sin proporcionar un desarrollo exhaustivo de la problemática. Mientras que Massa se apoyó en una narrativa inclusiva y constructiva, Milei optó por una retórica confrontativa que polariza, buscando movilizar a su base electoral mediante un llamado a la acción urgente y decisiva.

Estas diferencias en la estructura y contenido de sus discursos reflejan no solo sus estrategias políticas, sino también sus visiones contrastantes sobre el futuro del país y la manera de abordar sus problemáticas.

3. Presentar la solución

Uso del tiempo	Sergio Massa presentó su solución al problema en siete minutos y ocho segundos.	Javier Milei utilizó dos minutos y treinta y dos segundos para plantear su solución al problema.
Planteamiento de propuestas.	<p>Convocó a poner fin a la idea de la destrucción del otro.</p> <p>Mencionó el fin de la “grieta” y el inicio de una nueva etapa a partir del 10 de diciembre bajo su gobierno.</p> <p>Afirmó su creencia en el diálogo y el consenso, comprometiéndose a moverse por estos principios desde el inicio de su mandato.</p>	<p>Propuso poner fin al proceso de agresiones, abogando por la unidad con el objetivo de terminar con el Kirchnerismo.</p> <p>Hizo un llamado a dejar de lado las diferencias para ganarle al kirchnerismo, enfatizando la importancia de trabajar juntos para evitar que el kirchnerismo se quede con el país.</p>

	<p>Desafió la visión pesimista sobre el país, rechazando la idea de que Argentina “es un país de mierda” y aseguró que, con el esfuerzo conjunto, lograrían levantarla.</p> <p>Enfatizó su compromiso de poner en valor lo argentino, un mensaje que dijo haber transmitido a dirigentes de otros países y aseguró que honraría tanto la constitución como la bandera en su rol de presidente.</p> <p>Destacó la posibilidad de llevar a cabo un proyecto de desarrollo argentino posible, subrayando la necesidad de un “Estado presente pero eficiente”.</p> <p>Prometió trabajar por un mayor ingreso en los salarios, consolidar el sistema público de cuidado para los jubilados y, finalmente, se comprometió a ser “el” presidente del trabajo y de la seguridad.</p>	<p>Invitó a trabajar juntos para ganar la elección y eliminar los privilegios de la llamada “casta política”.</p>
--	--	---

En el tercer paso de la secuencia motivada de Monroe, que corresponde a la presentación de la estrategia para resolver el problema previamente planteado, Sergio Massa expuso su propuesta de poner fin a la idea de la destrucción del otro, expresando su deseo de cerrar la grieta. En este punto, reafirmó su compromiso de honrar la Constitución y la bandera, presentando un argumento sólido para que la audiencia aceptara su propuesta, señalando que su objetivo es levantar el país, ya que, en sus palabras, "Argentina no es un país de mierda". Además, planteó que su solución al problema se basa en un proyecto de desarrollo posible con un Estado presente pero eficiente, respaldando esta propuesta con su experiencia práctica y mencionando que ha transmitido a los líderes de otros países su compromiso de revalorizar lo argentino. Asimismo, expresó su intención de ser recordado como el Presidente del trabajo y la seguridad.

Por su parte, Milei propuso finalizar el proceso de agresiones y unirse a Juntos por el Cambio con el objetivo de erradicar el kirchnerismo. En esta etapa de su discurso, Milei reveló su estrategia para obtener los votos necesarios y alcanzar la presidencia mostrando un cambio en su enfoque al invitar a trabajar juntos para ganar la elección y poner fin a la casta política. En este momento, el partido de Patricia Bullrich fue el único que, para Milei, dejó de ser parte de la casta y fue convocado a unirse a La Libertad Avanza.

En conclusión, en cuanto a la solución del problema, las estrategias discursivas de ambos candidatos reflejaron visiones y enfoques profundamente contrastantes. Mientras que Massa se centró en la consolidación de valores democráticos, la unidad nacional y la creación de un Estado eficiente, su enfoque estuvo dirigido a fortalecer el tejido social y político del país a través del consenso. Por otro lado, Milei apostó por una estrategia más confrontativa, enfocándose en la erradicación del kirchnerismo mediante una alianza estratégica con Juntos por el Cambio.

4. Visualizar los resultados de la solución

<p>Uso del tiempo</p>	<p>Sergio Massa empleó la imagen de su familia y la de su candidato a vicepresidente, Agustín Rossi, para transmitir un mensaje de protección a los argentinos y argentinas. Lo hizo en cuatro minutos y veinte segundos.</p>	<p>Javier Milei utilizó cincuenta y siete segundos de su discurso para que la audiencia visualizará la solución que se proponía.</p>
<p>Recursos utilizados para visualizar la solución.</p>	<p>Pidió a su familia y a Rossi, junto con sus respectivas familias que subieran al escenario, subrayando que “lo mejor que tenemos es nuestra familia” y que Argentina necesita alguien que trabaje 24/7 por el bienestar del país. Explicó que, a partir del 10 de diciembre, cada argentino y argentina debería poder irse a dormir con la tranquilidad de saber que serán cuidados con la misma dedicación con la que él cuida a su propia familia.</p>	<p>Solicitó a la audiencia que no se enfocara en el pasado, sino que pensara en el futuro, reflexionando en lo que desean para sus hijos. Subrayó que la elección no se trataba ni de él ni de la audiencia, sino de sus hijos, de sus abuelos y de sus nietos.</p>

Durante esta secuencia del discurso, Sergio Massa recurrió a la presencia de su familia y la del candidato a vicepresidente, Agustín Rossi, al invitarlos a subir al escenario. Con esta acción, Massa apeló a la representación visual del valor de la familia, vinculando la imagen familiar a la idea de lo que representa la República Argentina. Declaró su intención de que cada argentino y argentina pudieran irse a

dormir con la tranquilidad de saber que, a partir del 10 de diciembre, él los cuidaría como a su propia familia. Esta estrategia no sólo reforzó su compromiso personal con el país, sino que también estableció una conexión emocional con los votantes, posicionándose como un líder paternal que velará por el bienestar de la nación con la misma devoción que sentía hacia su familia.

Por otro lado, Javier Milei aprovechó el momento de visualización en su discurso para distanciarse de cualquier posible percepción negativa. Aclaró que la elección no se trataba ni de él ni de la audiencia, sino de sus hijos, abuelos y nietos. Instó a la audiencia a pensar en el futuro y en lo que deseaban para sus hijos. Con este enfoque, Milei buscó conectar emocionalmente con el público, alentándolos a considerar las implicancias futuras de su decisión en las próximas generaciones.

En la representación de ambos candidatos, la imagen de quienes los acompañan transmitió un mensaje significativo. Massa apeló al valor de la familia, destacando la protección que los argentinos y argentinas sentirían bajo su presidencia. Mientras tanto, Milei instó a los votantes a no centrarse en su persona, sino en las ideas libertarias y en el futuro del país, relegando al pasado.

En conclusión, las estrategias empleadas por Sergio Massa y Javier Milei en sus discursos reflejan enfoques divergentes en su manera de apelar a la audiencia. Massa utilizó la imagen de su familia y la del candidato a vicepresidente, Agustín Rossi, para reforzar un mensaje de protección y compromiso personal, buscando establecer una conexión emocional profunda con los votantes. Su estrategia visualizó un liderazgo paternalista que se comprometía a cuidar del bienestar de cada argentino. En contraste, Milei centró su discurso en un llamado a pensar en el futuro y en el legado que se deja a las próximas generaciones, distanciándose de las percepciones negativas al enfocar la elección en el bienestar de los hijos, abuelos y nietos. Mientras Massa enfatizó la importancia de la unidad familiar y la protección bajo su liderazgo, Milei destacó la necesidad de priorizar las ideas libertarias y el futuro del país sobre consideraciones personales.

5. Mover a la audiencia a la acción.

Uso del tiempo	Massa en un minuto siete y segundos, realizó el	Milei empleó un minuto y treinta segundos para
----------------	---	--

	llamado a la acción dirigido a su audiencia.	motivar a la audiencia a la acción.
Pedido de movilización a los actores.	<p>Mencionó que aún quedaban 30 días y que el 19 de noviembre se definiría si Argentina se convertiría en un país que abrace a todos o uno basado en "el sálvese quien pueda".</p> <p>Afirmó que abrazaría a cada argentino, sin importar su religión o condición social.</p>	<p>Señaló que el Kirchnerismo haría todo lo posible por retener el poder.</p> <p>Mencionó que los argentinos de bien debían elegir entre kirchnerismo o libertad.</p> <p>Instó a la audiencia a recorrer el país y a abrazar a quienes desean un cambio verdadero para el país.</p> <p>Reforzó la idea de que el kirchnerismo mentiría y los ensuciaría afirmando que su propuesta quitaría derechos.</p> <p>Aclaró que su objetivo era terminar con los privilegios para detener el robo, la inflación y la inseguridad.</p> <p>Mencionó su intención de reconstruir las instituciones y devolver a la sociedad la posibilidad de vivir en libertad.</p> <p>Pidió a la audiencia que no se resignara a la mediocridad, la pobreza,</p>

		a la indignancia, reforzando la idea de que un cambio era posible y que una Argentina diferente podría existir si su futuro fuera liberal. Pidió a la audiencia que vayan a pelear por las ideas de la libertad.
Duración total de los discursos:	Veintiséis minutos y cuarenta segundos.	Ocho minutos y treinta y un segundos

El paso final en la secuencia motivada de Monroe corresponde al llamado a la acción. Esta secuencia del discurso es aquella en la que el orador solicita a la audiencia que apoye su propuesta. Para preparar este llamado a la acción, resulta crucial que la acción propuesta sea realista.

Sergio Massa, al concluir su discurso, transfirió la responsabilidad a la audiencia, subrayando la importancia de los días restantes hasta el balotaje y planteando la elección como un momento decisivo para definir si Argentina se convertiría en un país que abrace a todos o uno donde prevalezca el individualismo. Al destacar la necesidad de que todos aquellos mencionados al inicio de su discurso apoyen sus propuestas, Massa se posicionó como el candidato capaz de unir a la nación, diferenciándose de Javier Milei al proponer abrazar a cada argentino sin distinción de religión o condición social.

Por su parte, Javier Milei concluyó su discurso con un llamado a la acción enfocado en movilizar a la audiencia a recorrer el país y a abrazar a aquellos que quieren un cambio verdadero. De acuerdo con la teoría de Monroe, este tipo de cierre resulta esencial para “asegurarse de concluir de manera vívida para que el discurso termine en un punto alto y la audiencia tenga una sensación de energía, así como una sensación de cierre” (Monroe). Milei reforzó la idea de un futuro liberal para Argentina, exhortando a su audiencia a luchar por las ideas de la libertad y a no resignarse a la mediocridad y la pobreza.

En resumen, de acuerdo a la secuencia motivada de Monroe, se pudo observar que Sergio Massa, al haber ingresado primero en el balotaje, ofreció un discurso moderado en el que se percibió como el futuro presidente. Utilizó cada etapa de manera precisa, proyectándose como un líder que continuará con los valores democráticos, abogando por la unificación de la nación bajo una actitud proteccionista para todos los argentinos, sin importar sus afiliaciones políticas. En contraste, Javier Milei optó por un discurso más breve y combativo, centrado en su lucha contra el kirchnerismo y la promoción de las ideas libertarias, proponiendo una alianza estratégica con Juntos por el Cambio como solución para alcanzar el poder en el balotaje.

5.6. Ganar o perder, no es lo mismo.

Hasta este punto del análisis, hemos examinado la trayectoria de ambos candidatos, destacando sus diferencias discursivas y las propuestas que han presentado. Asimismo, se han analizado las palabras clave que cada uno ha enfatizado en sus discursos, así como aquellas que han sido tomadas prestadas de otros líderes políticos. Además, hemos desglosado los componentes estructurales de cada discurso, identificando a los destinatarios a los que se dirigieron y el tiempo dedicado a cada fase del discurso. Si bien la unidad de análisis de este trabajo es el discurso realizado por los candidatos luego de las elecciones generales, resulta importante comparar estrategias con otras instancias del proceso electoral. Hubo un antecedente particular que no ha sido abordado hasta ahora: las PASO, el cual resulta fundamental para comprender cómo el resultado electoral del 23 de octubre ha influido en la producción discursiva de ambos candidatos.

5.6.1. Javier Milei de primero a segundo

Durante las elecciones primarias el candidato libertario se encontró con la victoria, lo que supuso un desafío para los partidos Frente de Todos y Juntos por el Cambio. Esta tercera fuerza política, a pesar de su corta trayectoria, se consolidó como una amenaza para el resto de los partidos políticos. Resulta interesante la manera en que Milei expresó este logro. Por un lado, su discurso evidenció una gratitud mucho más extensa en comparación con el que pronunció tras las elecciones generales. En este sentido, Milei agradeció "a todos los que vienen apostando desde el año 2021 en crear un proyecto liberal con proyección nacional y

que llegue a ser gobierno" y, además, extendió su agradecimiento a "todos los fiscales (...) a nuestros equipos de trabajo". Por otro lado, hizo mención a sus allegados al destacar la importancia de "los afectos, los amigos (...) el rol del jefe (...) y a mis hijitos de cuatro patas". Este cambio de tono es notable en comparación con su discurso tras las elecciones generales, donde se posicionó en segundo lugar.

Hacia el final de su discurso post PASO, Milei afirmó con determinación: "Si seguimos trabajando con esta pasión, con este profesionalismo y, por sobre todas las cosas, con este amor por las ideas de la libertad, estamos en condiciones de ganarle a la casta en la primera vuelta". Esta declaración refleja su convicción, en ese momento, de que no sería necesario negociar con el sector político al que había etiquetado como "la casta". Este término, acuñado por él y su equipo de campaña, se utilizó para marcar una clara distinción entre los políticos de carrera y él mismo, quien se autodenominaba reiteradamente en los medios de comunicación como un outsider de la política.

Además, resulta importante destacar que el uso del término "casta" se flexibilizó, pasó de referir a aquellos políticos de carrera a delinear la diferencia entre quienes apoyaban el proyecto de Milei y quienes no lo hacían. Lo más relevante a destacar es que, en su discurso posterior a las elecciones generales, Milei redujo significativamente el uso de la palabra "casta" a una sola mención. Este cambio discursivo puede atribuirse a los resultados de las elecciones generales, en las que La Libertad Avanza quedó en segundo lugar, enfrentándose a un nuevo escenario electoral con Unión por la Patria. Este contexto marcó un desafío mayor para este partido emergente. Por lo tanto, consideramos que la disminución en el uso del término "casta" respondió a una necesidad política de negociar con sectores políticos que poseían los votos y que inicialmente eran señalados por el propio discurso de Milei como casta, para ampliar de esta manera la posibilidad de lograr la victoria.

Otra expresión empleada por Milei durante su spot de campaña fue: "Hacer una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre". Esta frase, que repitió en numerosas ocasiones en los medios de comunicación y otros discursos públicos, tenía como objetivo captar a los votantes mediante una afirmación sencilla y emocionalmente impactante, aunque carente de detalles, que encajaba perfectamente con el perfil de outsider que Milei había construido. Sin embargo, esta frase no se utilizó en su discurso post elecciones generales, lo que guarda una

relación directa con la mencionada reducción del uso del término "casta". Esta omisión puede interpretarse como un reflejo de la necesidad de negociar con otros sectores políticos.

5.6.2. Sergio Massa, la derrota del tercero vs la euforia del primero

En cuanto al candidato de Unión por la Patria, hemos observado un cambio entre su discurso posterior a la derrota en las PASO, donde obtuvo el tercer lugar, y su discurso tras la victoria en las elecciones generales, en las que alcanzó la primera posición.

En primer lugar, cabe destacar que el discurso posterior a las PASO fue notablemente más breve en comparación con el de las elecciones generales. En concreto, su intervención tras las PASO duró menos de seis minutos, mientras que el discurso pronunciado después de las elecciones generales se extendió por aproximadamente media hora. La euforia asociada a la victoria se tradujo en un discurso más amplio y detallado, mientras que la resignación derivada del tercer puesto en las PASO llevó a un discurso más reducido.

Esta conducta no es exclusiva de Sergio Massa, sino que también se observó en Javier Milei. El candidato libertario, luego de su victoria en las PASO, pronunció un discurso de aproximadamente quince minutos, mientras que tras su derrota en las elecciones generales, su discurso se redujo a menos de diez minutos. Esto sugiere que la duración y complejidad de los discursos de ambos candidatos estuvieron directamente influenciadas por los resultados electorales, evidenciando cómo la victoria o la derrota pueden moldear la expresión discursiva y el enfoque estratégico de los candidatos en momentos decisivos.

En segundo lugar, tanto en su discurso post-PASO como en el pronunciado después de las elecciones generales, Sergio Massa mantuvo una cercanía con los valores democráticos que habían sido fundamentales a lo largo de toda su campaña. En este contexto, frases como “respetar el voto popular” y “el Estado debe proteger a los jubilados” fueron recurrentes. Esta consistencia en su discurso no sólo reforzó su imagen pública, sino que también subrayó la coherencia de su postura respecto a los valores que han guiado su propuesta.

6. Conclusiones

Este trabajo tuvo como objetivo principal analizar las estrategias discursivas de Javier Milei y Sergio Massa de cara al balotaje de las elecciones presidenciales del año 2023. A través de dicho análisis, se buscó conocer cómo los candidatos ajustaron sus estrategias discursivas en respuesta al escenario político que se les presentaba. Para ello, se comenzó por examinar la historia política y profesional de cada uno, poniendo un especial énfasis en la evolución de sus trayectorias personales en los últimos años. Este análisis de reconstrucción biográfica nos permitió reconocer que ambos candidatos han adaptado sus opiniones y posturas a lo largo del tiempo, conforme a las circunstancias políticas a las que se han enfrentado.

En el marco de esta disputa discursiva entre Sergio Massa y Javier Milei, se configuró una suerte de confrontación de visiones. Los distintos debates abordados, tales como el uso no sexista del lenguaje, la interpretación del pasado histórico y la cuestión de la soberanía económica, evidenciaron un contraste constante entre la solemnidad de las formas tradicionales de hacer política, encarnada por Massa, y el atrevimiento de una nueva corriente política, personificada en Milei, quien finalmente resultó vencedor en el balotaje. Esta dinámica, caracterizada por la confrontación de estilos y propuestas, no solo definió el tono de la campaña, sino que también puso de manifiesto las profundas divergencias en sus enfoques sobre el futuro de la nación.

Este contraste se evidenció de manera directa en la elección y uso reiterado de determinadas palabras clave en los discursos de ambos candidatos. Por un lado, Sergio Massa se aferró a la palabra "Argentina" como un estandarte, la cual emergió como una de las más recurrentes en su unidad discursiva analizada, promoviendo la idea de una nación unida bajo un gobierno de unidad nacional con valores democráticos. Por otro lado, Javier Milei centró su narrativa en la palabra "libertad", convirtiéndola en el eje de su propuesta, y articuló una lucha ideológica directa contra el kirchnerismo, estableciendo una alianza estratégica con Juntos por el Cambio. Este giro en su discurso resultó novedoso, dado que previamente había dirigido su retórica contra la "casta política", en la cual incluía a Juntos por el Cambio. Sin embargo, este cambio de postura, sumado a una serie de declaraciones controvertidas por parte del libertario, brindó a Unión por la Patria la

oportunidad de reforzar sus vínculos con los valores democráticos. No es casualidad que Massa haya decidido subir a su familia al escenario al concluir su discurso, simbolizando así su compromiso de cuidar y proteger a la nación con el mismo esmero que a su propia familia. En síntesis, las elecciones presidenciales de 2023 reflejaron un contrapunto entre un modelo de Estado proteccionista y democrático, representado por Massa, y las ideas de la libertad del siglo XIX, promovidas por Milei.

Asimismo, se ha llegado a la conclusión de que la estructura de los discursos de ambos candidatos estuvo fuertemente influenciada por los resultados electorales obtenidos. Sergio Massa, al haber ganado en los comicios generales, adoptó un discurso moderado, consciente de que su gestión como ministro de Economía había generado desconfianza en una parte del electorado. No obstante intentó reparar su imagen con palabras, mostrándose como el futuro presidente de los argentinos y reafirmando su victoria con la contundente frase “mi gobierno a partir del 10 de diciembre”. Por su parte Milei, quien había resultado ganador de las PASO, estructuró su discurso de manera breve, haciendo hincapié en el peligro que representaría la continuidad del kirchnerismo y destacando cómo las ideas de la libertad, propias del siglo XIX, podrían salvar a la Argentina.

A la luz del resultado del balotaje, se concluye que la construcción discursiva de las unidades analizadas fue cuidadosamente diseñada para atraer a un destinatario específico. Por un lado, Sergio Massa, quien había obtenido un 36% de los votos en las elecciones generales, logró ampliar su base electoral en casi un 8% más, alcanzando un 44,3% en el balotaje. Por otro lado, Javier Milei, quien demostró una notable habilidad política para gestionar alianzas en el contexto del balotaje, logró ganar las elecciones con un 55,69% gracias a una estrategia discursiva clara: mostrarse cercano a Patricia Bullrich y asumir su lucha contra el Kirchnerismo.

En conclusión, en este trabajo se ha demostrado que las estrategias discursivas empleadas por Javier Milei y Sergio Massa en los discursos del 23 de octubre de 2023 trascienden lo táctico y lo electoral para revelar, en su complejidad, las profundas raíces de sus respectivas trayectorias políticas y las visiones de país que cada uno de ellos representa. Lejos de ser simples respuestas reactivas ante el escenario electoral, los discursos de ambos candidatos emergen como construcciones cuidadosamente elaboradas que sintetizan no sólo sus experiencias

y recorridos previos en el ámbito político, sino también sus aspiraciones y propuestas de futuro para Argentina.

7. Bibliografía

Brillard Pocard, J. (2016). *Análisis del discurso político: un recorrido por la estrategia discursiva de Sergio Massa para las elecciones presidenciales del 2015*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Universidad Nacional de Rosario.

<https://rehip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/7afc920b-aac8-438a-b540-ce821e6ce054/content> Recuperado el 15 de marzo de 2024.

Crespo, I et al., (2011), *Manual de comunicación política y estrategias de campaña*. Candidatos, medios y electores en una nueva era. Editorial Biblos.

Manzano, V (2005). *Introducción al análisis del discurso*.

Pérez Andrés, C. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *Revista Española de Salud Pública* vol.76 no.5, (pp.374-380).

https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/resp/v76n5/editorial.pdf

Vasallo, B (2021). *Lenguaje inclusivo y exclusión de clase*. Barcelona. Larousse Editorial.

Van Dijk, T (1999). *El análisis crítico del discurso*. Barcelona. Anthropos. (p.32)
<https://epistemologiasdesdeelsur.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/08/el-anc3a1lisis-crc3adtico-del-discurso.pdf>

Verón, E. (1987). "La palabra adversativa" Observaciones sobre la enunciación política, en *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires. Hachette.

Veron, E. (2009). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona. Gedisa Editorial.

Urbano, A et al., (2014). *Técnicas para Investigar 2. Recursos Metodológicos para la Preparación de Proyectos de Investigación*. Argentina. Brujas Editorial.

<https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2016/01/Técnicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>

Material hemerográfico consultado

Cayón, D. (28/07/2022), Sergio Massa y un recorrido de más de 30 años que lo deja ante su desafío más importante. *Infobae*.

<https://www.infobae.com/politica/2022/07/28/sergio-massa-y-un-recorrido-de->

[más-de-30-años-que-lo-deja-ante-su-desafio-más-importante/](#)

Spezzapria, M. (25/10/2023). Secretos de dos campañas exitosas: Las estrategias que les permitieron a Massa y Milei el pase al balotaje. *La Nación*.
<https://www.lanacion.com.ar/politica/secretos-de-dos-campanas-exitosas-las-estrategias-que-les-permitieron-a-massa-y-milei-sacar-el-pase-nid25102023/?R=3791cf>

Recursos Digitales

Canal CNN en Español.(22/10/ 2023). *Sergio Massa tras las elecciones presidenciales en Argentina*. Youtube.

<https://youtu.be/NyqCkLbcjL0?si=Kf3OqwIOnj0qFCRU>

Canal CNN en Español.(22 de octubre de 2023). *Discurso completo de Javier Milei tras las elecciones presidenciales en Argentina*. Youtube.

<https://youtu.be/69FT0OHsu0Y?si=1GVldf9JBBm8hO7y>

CNN Español (23/10/2023), Las frases más destacadas del discurso de Sergio Massa tras pasar al balotaje. *CNN*.

<https://cnnespanol.cnn.com/2023/10/23/frases-destacadas-discurso-sergio-massa-balotaje-orix/>

Hecha y Derecha (6/6/2023). *Spot de Javier Milei -Hacer una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre*. Youtube.

https://youtu.be/YtY_dB4YaE0?si=xhrXtl7-BzpNKYL2

Páginas Web

Domínguez, J.(2023), *¿Quién es Sergio Massa?*. Chequeado. Recuperado el 30 de enero de 2024.

<https://chequeado.com/personajes/quien-es-sergio-massa/scurso-sergio-massa-balotaje-orix/>

Domínguez, J.(2023), *¿Quién es Javier Milei?*. Chequeado. Recuperado el 30 de enero de 2024.

<https://chequeado.com/personajes/quien-es-javier-milei/#perfil-de-javier-milei>

Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social. (2020), *Guía de Pautas de Estilo del Lenguaje Inclusivo*.

<https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/rs-2020-900.pdf>

Mieres, P (2013). *Tendencias en la comunicación política y las campañas electorales en América Latina. Diálogos con Ismael Crespo, Mario Riorda y Antonio Garrido*. Dialnet Unirioja

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4247677.pdf>

Pérez Andrés, C. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *Revista Española de Salud Pública* vol.76 no.5, (pp.374-380).

https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/resp/v76n5/editorial.pdf

Poder Ejecutivo Nacional.(20/10/2020). *Uso del lenguaje inclusivo*.

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/uso-de-lenguaje-inclusivo>

Poder Ejecutivo Nacional. *La expansión económica*.

[https://www.argentina.gob.ar/interior/migraciones/museo/el-estado-y-la-inmigración/la-expansión-económica](https://www.argentina.gob.ar/interior/migraciones/museo/el-estado-y-la-inmigracion/la-expansion-economica)

Riorda, M. (23/06/2023). En la metamorfosis de la comunicación política, cuesta encontrar cosas positivas. *El hilo No 51, Facultad de Comunicación de la Universidad Austral*. Recuperado el 20 de febrero de 2023.

<https://www.austral.edu.ar/en-la-metamorfosis-de-la-comunicacion-politica-cuesta-encontrar-cosas-positivas/>

Redes Sociales

Milei, J.[JavierMilei]. Facebook. https://www.facebook.com/JavierMileiEconomista/?locale=es_LA. Recuperado el 15 de noviembre de 2023

ANEXO 1

Transcripción del discurso de Sergio Massa

Canal CNN en Español.(22/10/ 2023). *Sergio Massa tras las elecciones presidenciales en Argentina*. Youtube. Recuperado 25 de noviembre de 2023
<https://youtu.be/NyqCkLbcjL0?si=Kf3OqwIONj0qFCRU>

Muy buenas noches, muy buenas noches, muy buenas, muy buenas, muy buenas noches a todos y todas. Quiero, quiero pedirles que tomemos este tiempo como un tiempo de reflexión, como un tiempo para hablarle a todos los argentinos y argentinas, y para también hacer los agradecimientos que de alguna manera esta noche nos obliga. Quiero, en primer lugar agradecerle a los más de 25 millones de argentinos que fueron a votar votaran votaran por quien votaran, porque a 40 años del nacimiento de nuestra nueva era democrática de alguna manera los argentinos manifiestan, abrazan este sistema como un sistema para elegir a quienes gobiernan. Quiero agradecerle a todos los que trabajaron en el operativo electoral: fuerzas armadas, fuerzas de seguridad, agradecerle a los presidentes de mesa, a los fiscales, a los fiscales generales, a los simpatizantes de cada una de las fuerzas políticas que hoy fueron partícipes de una enorme jornada democrática. Quiero decirles además a los argentinos y argentinas que esta gran jornada democrática hace que hoy nuestra democracia salga más fuerte, más robusta y eso de alguna manera nos tiene que llenar a todos los argentinos y argentinas de orgullo. Quiero agradecerle a cada uno de nuestros militantes, de nuestros simpatizantes, me tocó, me tomo, me tomo, me tocó ser la cara pero no tengan ninguna duda que en la fuerza, en la voluntad, en el compromiso que de punta a punta de nuestra Argentina encontré en cada uno de ustedes estuvo la energía que nos permitió que creyéramos casi 15 puntos desde la primaria a hoy. Y por eso también quiero agradecerle a los más de 8 millones de argentinos que hoy depositaron su esperanza y su confianza en nosotros, y sobre todo lo quiero hacer entendiendo que nuestro país vive una situación compleja, difícil, llena de desafíos y dificultades para enfrentar y sin embargo creyeron que éramos la mejor herramienta para a partir del 10 de diciembre empezar a construir una nueva etapa para la historia política Argentina, quiero de todo corazón agradecerles. Pero también quiero decirles porque sé que muchos de esos que nos votaron son los que más están sufriendo,

no les voy a fallar, sepan que como presidente, sepan que como presidente desde el 10 de diciembre, no les voy a fallar. Quiero esta noche también, quiero esta noche también, hablarle a los argentinos y argentinas que fueron al cuarto oscuro pero votaron en blanco. Quiero hablarle a los argentinos y argentinas que a lo mejor con desesperanza o con bronca se quedaron en su casa, quiero hablarle a los argentinos y argentinas que la eligieron a Miriam que lo eligieron a Juan. Quiero hablarle. Quiero hablarle a esos miles y miles de radicales que a lo largo y a lo ancho de la Argentina comparten con nosotros valores democráticos: como la educación pública, como la independencia de poderes, como la construcción de valores institucionales que la Argentina merece y se merece. Pero también quiero hablarle a aquellos que eligieron otra opción pensando en la necesidad de tener una Argentina en paz, con orden una Argentina sobre la base de construcción de valores democráticos, de respeto a las instituciones, esos que quieren un país sin incertidumbre y con certezas y a todos ellos quiero decirles que voy a ser el mayor de los esfuerzos a lo largo de los próximos 30 días para ganarme su confianza, para ganarme. Quiero, quiero decirles que mi compromiso es construir más Argentina y más argentinidad y no menos, que mi compromiso es construir más orden, más seguridad y no improvisación, que mi compromiso es construir reglas claras frente a la incertidumbre, que mi mi compromiso es construir una Patria en la que sin dudas tengamos la capacidad de que nuestros hijos puedan elegir ir a la escuela con una compu en la mochila y no con un arma en la mochila. Quiero, quiero para eso reiterar algo que vengo planteando desde el primer día en que decidí ser candidato a presidente: voy a convocar a un gobierno de unidad nacional el diez de diciembre como presidente. Pero un gobierno de unidad nacional, pero un gobierno de unidad nacional construido sobre la base de convocar a los mejores sin importar su fuerza política y no sobre la base de acuerdos simplemente partidocráticos porque creo que es muy importante que tengamos la capacidad de abrir una nueva etapa institucional en la política Argentina. Creo que es importante establecer los pilares de política de estado, vamos a convocar a un gobierno de unidad nacional para construir una industria Argentina fuerte frente a aquellos que plantean la apertura indiscriminada de las importaciones. Quiero convocar a construir a aquellos que quieren más y mejor educación pública gratuita de calidad inclusiva frente a aquellos que pretenden vouchers para nuestros hijos. Quiero convocar a la construcción de un régimen laboral moderno, que abrace la tecnología, que abrace la capacitación

laboral, sin renunciar a derechos conquistados por los y las trabajadores argentinos. Quiero, quiero convocar a la Argentina, que se para frente al mundo a hacer valer sus recursos naturales con valor agregado y no que regala sus recursos naturales primarizados. Quiero convocar a la construcción de la unidad nacional sobre la base del desarrollo Federal, necesitamos más federalismo, más coparticipación para las provincias más desarrollo para el norte argentino y la Patagonia más inclusión sobre la base, sobre la base de la construcción de un país que aumente sus exportaciones con valor agregado para fortalecer sus reservas, para consolidar su moneda, para recuperar el crédito hipotecario, para consolidar los proyectos de desarrollo de lotes con servicios, para incluir a las personas con discapacidad porque no son un número. Quiero convocar a que entendamos que la Argentina que viene es la Argentina del abrazo del campo y la Industria, del interior y la ciudad es la Argentina del desarrollo ferroviario de empresarios y trabajadores sentados a la misma mesa construyendo en la suma de capital y trabajo más desarrollo argentino. Quiero convocarlos a que tengamos la capacidad de poder poner punto final a la idea de la destrucción del otro, a la idea del amigo enemigo si hay algo que ha quedado claro en esta elección es que la grieta se murió y empieza una nueva etapa desde el diez de diciembre en mi gobierno. Saben, saben ustedes que no soy de los que les gusta insultar, que no soy de los que le gusta destruir al otro, que soy de los que creen en el diálogo, que soy de los que creen en los consensos, así aún valiéndome críticas me he movido toda la vida y así me voy a mover el diez de diciembre como presidente de la república. Porque además estoy convencido de que este no es un país de mierda como dicen, que este es un gran país al que entre todos lo vamos a poner que se merece. Quiero, quiero también contarles que a lo largo del día recibí, y mucho más después de las siete de la tarde, el llamado de muchos presidentes y dirigentes de otros países que, obviamente miraban con enorme interés que pasaba en la elección de Argentina de hoy, y lo miraban con interés porque saben que queremos una Argentina integrada, porque saben que creemos en el multilateralismo, porque saben que somos garantes de estabilidad y de seguridad respecto de las relaciones con el mundo y sobre todo que somos garantía de seriedad a la hora de establecer relaciones y les transmití, y les transmití mi convicción de que ese país al que hace muchos años llegaron mis viejos, escapando de la guerra, es el país que íbamos a construir desde el 10 de diciembre en mi gobierno. Y creo que de alguna manera ese compromiso que tiene que ver

con poner en valor lo nuestro, con sentir orgullo por cada una de nuestras cosas, por sentir pasión por nuestra patria, por nuestra bandera, por nuestro himno, nos obliga a trabajar juntos abrazando al otro aunque piense distinto. Quiero decirle a cada argentino y argentina voy a ser un presidente que va a honrar nuestra Constitución y nuestra bandera, ese es mi compromiso. Quiero contarles también, que soy consciente que muchos argentinos y argentinas nos votaron como una forma de señalar con su voto qué querían y qué no querían. Lo plantearon en términos de utilizar el voto para señalar un camino pero nos un cheque en blanco, y de alguna manera el resultado de ese mandato me obliga a trabajar el doble para convencerlos, para que estén tranquilos, para que estén seguros de que eligieron un presidente que honra su mandato y esa confianza. Quiero que sepan que voy a trabajar a lo largo de los próximos 30 días en consolidar la idea de que ese gobierno de unidad nacional es posible, que el proyecto de desarrollo argentino mirando la Argentina de manera integral desde la Quiaca a Tierra del Fuego que el proyecto de desarrollo argentino mirando la realidad de esas mamás que muchas veces crían solas a sus hijos y necesitan de un estado presente pero eficiente, de esos chicos que esperan que nuestra escuela y nuestra universidad sean mejores y mejores, de esos trabajadores que saben que estamos en deuda con ellos y que tenemos que mejorar el ingreso en salarios y el ingreso de aquellos que todavía están en la economía popular, de esos miles y miles de jubilados que hoy con más de noventa años agarraron su libreta y fueron a depositarnos su confianza y decirles que frente a la vuelta de las afjp vamos a parar y consolidar el sistema público de cuidado, decirle a argentino y Argentina que voy a ser el presidente del trabajo y de la seguridad por sobre todas las cosas y que ese es mi mayor compromiso. Quiero, quiero por último pedirle a mi principal sostén, a mi familia, a mi mujer y a mis hijos que me acompañen y pedirle a mi compañero de fórmula, Agustín Rossi con su familia. Cada uno de nosotros, cada uno de nosotros y nosotras, lo mejor, lo mejor que tenemos, cada uno de nosotros y nosotras los que estamos acá y los que están en casa, lo mejor que tenemos es nuestra familia, es el lugar donde compartimos sueños, esperanzas, temores, frustraciones y de alguna manera, les pedí a ellos que me acompañen porque entiendo que la Argentina es una gran familia, que lo que necesita es alguien que trabaje veinticuatro por siete protegiéndola, que tenga como me pasó en esa recorrida en La Matanza la capacidad de poder emocionarse y llorar cuando alguien que está peor que uno deposita la esperanza en uno, es

compartir la posibilidad con cada uno de los argentinos de sentir que el sueño de construir esa patria grande que discute con autoridad y con acuerdos de todas las fuerzas políticas su endeudamiento con el fondo monetario como forma de recuperar soberanía, de una patria que discute y construye un régimen de mejor distribución del ingreso, una patria que construye un régimen simplificado y progresivo en el sistema de impuestos, de una patria que protege a sus pymes y a sus comercios, de una patria que cuida su economía interna. La idea es decirle a cada argentino y argentina, la idea es transmitirle con esta última imagen a cada argentino y argentina, así como con errores y aciertos me comprometí el día que nacieron a cuidar a mis hijos, así como construí a lo largo de veinteseis años una familia hermosa y construimos un hogar y de alguna manera pudimos crecer, cumplir sueños y compartir frustraciones de la misma manera quiero que cada argentino y argentina se vaya a dormir con la tranquilidad de saber que con esa pasión por la familia, con esa pasión por la patria voy a cuidar desde el 10 de diciembre a cada argentino y a cada argentina. Yo quiero, yo quiero, yo quiero terminar diciéndoles gracias, a todos ustedes, a los que están en la calle, a los que están en sus provincias, a los que están viéndonos por la tele, que creyeron en nosotros pero también decirles, todavía quedan 30 días. El 19 de noviembre tenemos que definir si construimos un país que abrace a todos o el país del sálvese quien pueda. Voy a abrazar a cada argentino y a cada argentina no importa su religión, no importa su condición social, cuenten conmigo, cuento con cada uno de ustedes. Gracias de todo corazón, gracias.

ANEXO 2

Transcripción del Discurso de Javier Milei

Canal CNN en Español.(22/10/ 2023). *Javier Milei tras las elecciones presidenciales en Argentina*. Youtube. Recuperado 25 de noviembre de 2023

<https://www.youtube.com/watch?v=69FT0OHsu0Y>

Quiero felicitar a todos los dirigentes de nuestro espacio que han dejado todo para representar las ideas que hicieron grande a este país, muy especialmente le quiero agradecer a mi queridísima Carolina Píparo y al queridísimo Ramiro Marra que dieron una batalla enorme por defender las ideas. Caro en Provincia de Buenos Aires y Ramiro en la Ciudad gracias, gracias por ese esfuerzo. También quiero aprovechar para saludar a Jorge Macri, que hizo una gran elección en la Ciudad de Buenos Aires y tiene por delante un balotaje con el Kirchnerismo igual que el que tenemos nosotros. Aprovecho también para felicitar a Rogelio Frigerio, que me dicen que sería el nuevo Gobernador de Entre Ríos. Pero sobre todas las cosas quiero que tomen conciencia que hoy quedamos frente a la elección más importante de los últimos años, una elección que nos va a plantear si queremos continuar con este modelo que el kirchnerismo vende o si queremos volver a abrazar las ideas de la libertad que son las que hicieron grande Argentina en el siglo XIX y que todos los países que abrazan las ideas de la libertad progresan mientras que todos los que siguen las ideas populistas se hunden en la miseria. Hoy es un día histórico, porque dos tercios de los argentinos votaron por un cambio votó por una alternativa este gobierno de delincuentes que quiere hipotecar nuestro futuro para permanecer en el poder durante todos estos meses la campaña hizo mucho de los que nos queremos un cambio nos viéramos enfrentado, por eso yo hoy vengo a dar por terminado ese proceso de agresiones y de ataques y estoy dispuesto a hacer tabula rasa barajar y dar de nuevo con el objetivo de terminar con el Kirchnerismo. Porque más allá de nuestras diferencias, lo que tenemos que entender es que enfrente tenemos una organización criminal, y que no va a dejar barbaridad por cometer con tal de sostenerse en el poder. El Kirchnerismo es lo peor que le ha pasado a la Argentina. Durante cien años vivimos una decadencia brutal que el Kirchnerismo se encargó de profundizar para enriquecerse a costa nuestro. Insaurralde no es la excepción, es la

regla, porque ellos defienden un modelo que está diseñado para beneficiarse a costa nuestra. Si todos los que queremos un cambio no trabajamos juntos se van a quedar con este país, si todos los que queremos un cambio no trabajamos juntos se van a quedar con la Ciudad de Buenos Aires. No podemos permitir que el Kirchnerismo nos siga destruyendo la vida. La elección que tenemos por delante es muy clara: o cambiamos o nos hundimos. Los que nos encerraron en una cuarentena brutal o los que pedimos libertad, los que defienden el populismo versus los que defendemos la República, los que quieren usar el estado en beneficio propio versus lo que queremos que la política esté al servicio de los argentinos de bien, los que liberan presos o los que queremos a los delincuentes tras las rejas, los aliados de Cuba, Hamás y todas las dictaduras sangrientas del mundo o los que queremos abrazar el mundo libre. Nunca hubo una elección más clara en nuestra historia, todos los que queremos un cambio tenemos que trabajar juntos. Si trabajamos juntos podemos ganar, si trabajamos juntos podemos recuperar nuestro país, si trabajamos juntos podemos evitar que nuestros chicos se vayan del país, si trabajamos juntos podemos terminar con la corrupción, si trabajamos juntos podemos terminar con los privilegios de la casta política. No miremos para atrás, pensemos en el futuro, pensemos en lo que queremos para nuestros hijos. Esta elección no se trata de mí, se trata de ustedes, de sus hijos, de sus padres, de sus abuelos, de sus nietos. El Kirchnerismo va a hacer todo lo posible por retener el poder. Los argentinos de bien tenemos que elegir si queremos Kirchnerismo o libertad. Salgamos a la calle, recorramos cada rincón del país y abracemos a todos los que quieren un cambio verdadero para nuestro país. Ellos van a mentir, ellos van a ensuciar, ellos van a decir que venimos a quitar derechos, no se equivoquen no venimos a quitar derechos venimos a terminar con privilegios, no a quitar derechos. Así no puedan seguir robando para que se termine con la inflación, para que se termine con la inseguridad, para reconstruir nuestras instituciones y para que podamos volver a vivir en libertad. No nos resignemos a la mediocridad, no nos resignemos a la desolación, no nos resignemos a la pobreza, no nos resignemos a la indigencia, hagamos la revolución liberal, se puede cambiar, se puede cambiar y existe una Argentina posible si ese futuro es liberal, por lo tanto vayamos a pelear por las ideas de la libertad. Viva la libertad carajo. Viva la libertad carajo. Viva la libertad carajo. Vamos en noviembre por la gloria. Vamos carajo. Muchas gracias