



Javier Milei y el Tour de la Libertad: análisis audiovisual de sus recorridas de campaña en 2023

Javier Milei and the Freedom Tour: audiovisual analysis of his campaign tours in 2023

Mariano Cicowiez

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)
marianocicowiez@yahoo.com.ar

recibido 17.01.2025 / aceptado: 23.09.2025

Referencia de este artículo

Cicowiez, Mariano (2026). Javier Milei y el Tour de la Libertad: análisis audiovisual de sus recorridas de campaña en 2023. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº31. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 221-248. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.8636>.

PALABRAS CLAVE

La Libertad Avanza; Javier Milei; campaña electoral; Tour de la Libertad; comunicación audiovisual; imágenes técnicas.

KEYWORDS

Freedom Advances; Javier Milei; Electoral Campaign; Freedom Tour; Audiovisual Communication; Technical Images.

RESUMEN

El camino a la presidencia del actual mandatario de la Argentina (2023-2027), Javier Milei, inauguró en nuestro país una modalidad de construcción de candidaturas, subsidiaria de su activa presencia en los medios digitales y tradicionales de comunicación. Y aunque su traspaso desde la sociedad civil a la política partidaria sucedió en dichos soportes, la tradicional comunicación interpersonal entre una persona candidata y el amplio cuerpo de votantes también ha sido una modalidad recurrente en el armado electoral de su partido político, llamado La Libertad Avanza. El objetivo de este trabajo consiste en examinar, desde un marco teórico vinculado a la estética audiovisual, los videos cortos que dieron cuenta de la realización del denominado Tour de la Libertad, bajo el cual Milei recorrió los principales centros urbanos argentinos. El diseño metodológico consistió en la realización de un corpus de unidades de observación representativas del universo en el cual se incluyen, focalizando su nivel sub unitario de análisis en la banda visual de las producciones. Los resultados de la investigación indican que La Libertad Avanza construyó, en las distintas paradas de su recorrido, una serie de relatos audiovisuales en los cuales se ocultó el trabajo de escritura realizado sobre la puesta en escena de los videos. Las conclusiones sostienen que en el Tour de la Libertad se explicitó un tipo de diseño que privilegió la exposición en términos estéticamente verosímiles de aquellos encuentros entre política y sociedad civil.

ABSTRACT

The path to the presidency of the current president of Argentina (2023-2027), Javier Milei, inaugurated in our country a modality of candidacy construction, subsidiary to its active presence in digital and traditional media. And although his transfer from civil society to party politics occurred in these media, the traditional interpersonal communication between a candidate and the large body of voters has also been a recurring modality in the electoral assembly of his political party, called La Libertad Avanza. The objective of this work is to examine, from a theoretical framework linked to audiovisual aesthetics, the short videos that reported on the so-called Freedom Tour, under which Milei toured the main Argentine urban centers. The methodological design consisted of creating a corpus of observation units representative of the universe in which they are included, focusing its sub-unit level of analysis on the visual band of the productions. The results of the investigation indicate that La Libertad Avanza constructed, at the different stops along its

route, a series of audiovisual stories in which the writing work carried out on the staging of the videos was hidden. The conclusions maintain that in the Freedom Tour a type of design was made explicit that privileged the exhibition in aesthetically plausible terms of those encounters between politics and civil society.

AUTOR

Mariano Cicowiez es Doctor en Artes (UNLP), Magíster en Estética y Teoría de las Artes (UNLP) y Licenciado en Comunicación Social (UNLP). Ha realizado un Ciclo de Posdoctorado en Ciencias Sociales en la UNJu. Becario posdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, perteneciente a la Universidad de Buenos Aires

CREDITOS

Esta investigación fue realizada con el aporte de una Beca Posdoctoral otorgada por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

1. Introducción

No resulta una tarea sencilla determinar el inicio de una campaña electoral en Argentina. Suele afirmarse que el final de una contienda, una vez dado a conocer el resultado de la votación, corresponde con el inicio informal de la siguiente elección (Vowe y Wolling 2002), de manera que la dinámica política del país atravesaría una suerte de campaña electoral poco menos que permanente. En este sentido, el discurso de agradecimiento que realiza la persona vencedora inmediatamente después de definirse el resultado de la elección, a menudo contiene indicios de su próxima postulación. Este trayecto corrientemente involucra la obtención de un cargo legislativo y su posterior salto a un cargo ejecutivo, de manera que quien resulte electo Diputado/a o Senador/a luego compete por la gobernación de su distrito o bien por la Presidencia de la Nación.

Así la realidad electoral en Argentina, resulta aún más dificultoso examinar el inicio de las acciones de propaganda concernientes a la elección presidencial de 2023, llevadas adelante por el actual mandatario Javier Milei, líder de La Libertad Avanza. Esta situación se presenta debido a que se trata de un ascenso político sin dudas inédito en la Argentina, debido no sólo a su origen completamente *outsider* sino además a la velocidad de dicha ascensión. Efectivamente, el día 26 de octubre del año 2020 Milei oficializó su candidatura a una banca como Diputado Nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires [CABA], en la cual resultó electo en la jornada celebrada el 6 de noviembre de 2021, al obtener un porcentaje de sufragios de 17 por ciento. Dos años después, el 19 de noviembre de 2023, Milei se impondría en una definición por Balotaje y asumiría, el 10 de diciembre de dicho año, la Presidencia de la Argentina.

En este trabajo focalizamos nuestro estudio sobre un tipo de propaganda electoral. En primer lugar, examinamos una serie de videos cortos cuyo referente es el *Tour de la Libertad*, denominación con la cual Milei realizó una gira proselitista por diversas regiones de la Argentina. Resulta pertinente indicar entonces algunas de las principales características de esta clase de eventos, tal como las define Wolfram Brunner: «elige [el equipo de comunicación] un lugar adecuado para mostrar al candidato rodeado por una multitud de seguidores que lo ovacionan, organizados por el jefe de la campaña regional, así como por la organización partidaria y grupos de interés» (2002: 186). En el caso que nos ocupa, daremos cuenta de los videos elaborados por La Libertad Avanza en los cuales se registraron las distintas paradas del *Tour de la Libertad* pertenecientes al año 2023, con el propósito de reconocer el relato (Aumont, et. al., 1995) que atraviesa al conjunto de la serie. En efecto, los registros fílmicos exhiben una estructura audiovisual que se reitera en cada uno de los relatos que particularmente exhiben un estadio concreto de los encuentros acontecidos entre Milei y sus adherentes. De manera que mientras la historia que

trasvasa a los videos cortos puede resumirse en la reunión entre una persona candidata —alejada del tradicional mundo de los partidos políticos— y su cuerpo de votantes definidos como prodestinatarios (Verón, 1987), el estudio del relato nos permitirá examinar dicho argumento plasmado sobre un soporte material que, en esta investigación, se corresponde con la banda visual de las imágenes en movimiento que conforman los videos cortos. Dado entonces que, bajo el paradigma del examen de la imagen en movimiento, el estudio de la discursividad partidaria/electoral (Slimovich, 2017) se ubica en su banda de sonido, en este trabajo nos focalizamos en la banda visual de dichas imágenes. Esta segunda línea de investigación ha sido abordada en Argentina por diversos autores (Arugúete y Riorda, 2016; García Beaudoux y D'adamo, 2006; Dagatti y Onofrio, 2020), constituyendo sus trabajos el actual estado del arte. De esta manera, el análisis se focaliza ya no en los discursos verbales de las personas candidatas, sino en el posicionamiento estético que en la actualidad también contribuye a su definición de manera crucial (Groys, 2014). La problematización del objeto de estudio consiste en el reconocimiento del funcionamiento discursivo que atraviesa a la banda visual de los videos cortos, en el marco de las actuales campañas políticas en Argentina. En otros términos, la pregunta guía/problema de investigación consiste en analizar cómo interviene la gramática audiovisual en la conformación de la personalización de la política electoral (Amado, 2016; Castells, 2009) en nuestro país.¹

La justificación y el interés por esta línea de trabajo está dada por la prevalencia que, en el marco de la cultura visual contemporánea, ha adquirido la imagen técnica en sus diversos usos cotidianos (Mirzoeff, 2003). En efecto, la imagen técnica no sólo constituye una herramienta de análisis al servicio por ejemplo de las ciencias sociales, sino que éstas comprenden objetos de estudio que incluso demandan una ciencia propia (Mitchell, 2019) Y a este respecto, la política electoral no ha sido ajena a este fenómeno de características visuales, natural al actual desarrollo de las sociedades industrializadas.

1 Es necesario precisar que este fenómeno no es exclusivamente local con respecto a la Argentina, sino que se observa también en otros países por ejemplo de la región latinoamericana. Sin embargo, el nuestro es un estudio de caso (Ynoub, 2023), por lo que nos focalizamos en el armado de una fuerza política particular. Creemos, de todos modos, que esta investigación podrá servir de insumo para realizar futuros trabajos que establezcan diferencias y similitudes entre partidos políticos pertenecientes a distintas regiones geográficas.

2. Metodología de investigación

De modo que el objetivo principal de esta investigación consiste en reconocer la estructura audiovisual que atraviesa a los videos agrupados bajo la serie *Tour de la Libertad*, difundidos por Javier Milei en sus redes sociales. Los objetivos específicos han sido redactados en los términos siguientes: 1) ¿Cuál es el grado de implicación de la banda de imagen en el proceso de legitimidad de proximidad (Rosanvallon, 2009), la cual intermedia entre el candidato y sus adherentes? 2) ¿qué función desempeñan la espacialidad y los elementos que la componen, en el armado de la puesta en escena de los videos? y 3) ¿cómo interactúa dicha materialidad con el cuerpo significativo (Verón, 1993) del candidato presidencial? Para realizar esta investigación de carácter estético y audiovisual, se conformó un corpus de trabajo que reunió la totalidad de los videos cortos² cuyo argumento consistió en el registro de las visitas en 2023 de Milei a distintas localidades argentinas.³ Tales videos se encuentran disponibles en las principales redes sociales del líder de La Libertad Avanza, entre las que destacan Instagram y Facebook. De esta manera, las unidades de observación se conforman por tres niveles de análisis: 1) el nivel supra unitario se establece en la campaña presidencial llevada adelante por La Libertad Avanza en 2023; 2) el nivel unitario, compuesto por los videos vinculados al *Tour de la Libertad* y 3) el nivel sub unitario, subsidiario de la banda de imagen de aquellos videos, en relación a la estructura visual y diégesis que atraviesa al conjunto de nuestro corpus.⁴ Se ha realizado un análisis de tipo descriptivo de la banda visual de las imágenes en movimiento, vinculado a la estética del discurso audiovisual. La hipótesis de atribución indica que este conjunto de videos relata el encuentro entre un candidato y la sociedad de votantes haciendo uso de técnicas de registro ensalzadas por el realismo revelador de André Bazin (2008), de manera de imprimir a las imágenes una mayor cuota de veracidad.

2 Hablamos de videos, y no de spots, debido a que los segundos implican «el control total del mensaje» (García Beaudoux, y D'adamo, 2006: 87). El registro de las recorridas de campaña escapa al dominio integral del sujeto enunciador, por lo que hemos definido a nuestras unidades de observación, entonces, como videos de uso electoral.

3 Estos videos constituyen un subconjunto de unidades pertenecientes a un universo de observación más amplio (257 videos y 1030 fotografías) subsidiario de nuestras investigaciones en curso. El corpus para realizar esta presentación es de 46 videos cortos, cuya duración oscila entre los 15 segundos y 2 minutos de duración.

4 La naturaleza de las imágenes en movimiento se compone por dos bandas, una de imagen y otra de sonido. En este trabajo nos ocuparemos de la primera de las bandas, de manera que el examen de los ruidos, la música y la palabra corresponde con un trabajo complementario a nuestra investigación.

La representación de la contigüidad visual del ojo humano será entonces la premisa sobre la cual diseñó esta serie de propagandas.

Las unidades de observación han sido examinadas a partir de las siguientes dimensiones de observación, y sus respectivos indicadores (Tabla 1), presentados en una matriz de datos (Ynoub, 2023). Los estados posibles que pueden asumir tales dimensiones e indicadores se traducen en los valores que los acompañan.

Tabla 1. Matriz de datos

Dimensión	Valor de la dimensión	Indicador	Valor del indicador
1. Mundo narrado	3. Ficción	7. Recursos de composición	10. Montaje
	4. No ficción		11. Tipología de planos fílmicos 12. Profundidad de campo 13. Movimiento y ubicación de cámara
2. Puesta en escena	5. Espacio cúbico	8. Teatral	14. Cerrada
	6. Exteriores	9. Cine de posguerra	15. Abierta

Fuente: elaboración propia.

En la dimensión mundo narrado se examina el relato cinematográfico, entendido éste como el argumento investido en la materialidad que constituyen las imágenes en movimiento (Aumont, et. al., 1995). Daremos cuenta de los recursos de composición a través de los cuales se conforman los videos que muestran el recorrido de Milei por distintas regiones de la Argentina. En este sentido, técnica y argumento convergen en el relato del *Tour de la Libertad*, en un marco general que atraviesan los partidos políticos tradicionales, vinculado a la crisis de representación (Manin, 1998). Los valores de la dimensión clasifican a las unidades entre videos ficcionalizados o bien videos ausentes de cuotas de ficción.

En la dimensión puesta en escena examinamos los distintos espacios en los cuales acontecen los encuentros entre Milei y la ciudadanía, asumiendo que dicha espacialidad puede obrar activamente incluso como un personaje (Bordwell y Thompson, 1993). A este respecto, se retomaron los principales postulados de Bazin (2008) en relación a la imagen en movimiento como herramienta esencial, entre todas las artes, para capturar *la realidad* del acontecimiento. Los valores de la dimensión oscilan entre una puesta en escena que refrenda sus orígenes teatrales, o bien que propone reorganizarse en función de las posibilidades plásticas y enunciativas naturales a la imagen técnica.

El instrumento que utilizamos es la parada de imagen (Aumont y Marie, 1993), cuya selección se efectuó reconociendo los momentos mayormente significativos y representativos de los videos. Dichas muestras han sido seleccionadas en función de su «legibilidad» (Aumont y Marie, 1993: 86), el cual constituye un criterio esencial para recoger esta clase de registros. Debemos reconocer que incluso siendo la elección de imágenes fijas la negación del movimiento de la cámara, no obstante continúa tratándose del instrumento de análisis mayormente utilizado en el campo de estudio que ocupa nuestra investigación.

3. Resultados

3.1. El comienzo

Los videos pertenecientes al corpus del *Tour de la Libertad* se inician con un paratexto verbal en el cual se explicita la provincia o municipio visitado por Milei, al tiempo que las imágenes comienzan con el descenso del candidato del vehículo en el que se traslada (Figuras 1 y 2),⁵ o bien a través de una breve caminata. Estas se registran en planos largos, dando cuenta de la amplia convocatoria que suscita la presencia del líder de la Libertad Avanza en sus diversas paradas.

Figura 1: Llegada de Milei. [Fotograma (00.05)]



Fuente: La Libertad Avanza (2023a).

⁵ El video ha sido posteoado el día 27/07/2023.

Figura 2: *Encuentro con las y los asistentes.* [Fotograma (00.32)]

Fuente: La Libertad Avanza [Autor]. (2023a).

Es interesante reseñar que Milei no llega desde un lugar identificable, sino que visualmente se expresa también su origen *outsider* en el campo político argentino. En otros términos, a la vez que el candidato no presenta un pasado tradicional atribuido al sistema de representación partidario, al mismo tiempo su llegada a los puntos de encuentro con sus adherentes también carece de origen o punto de partida. En este sentido, la elipsis audiovisual que predomina es aquella que omite el desembarco de Milei en la política electoral.

La imagen 1 constituye un plano de ubicación, cuyo gran angular muestra al conjunto de adherentes aguardando su llegada. Predomina, en profundidad de campo, un espacio público presumiblemente no intervenido por el dispositivo de filmación, de manera que la imagen capturaría *lo real* que emana de su referente (Aumont, 2018). Sin embargo, la presencia dentro de su cuadro de la combi que traslada a Milei actúa como un operador de sentido que predica al conjunto de la representación (Mitry, 2006). En este sentido, la significación consiste en mostrar a un candidato presidencial cuyo traslado se realiza de modo austero, el cual carece de autos oficiales en los cuales se moviliza la tradicional política argentina. La imagen 2 muestra la adhesión que suscita Milei entre sus seguidores. La parada de imagen nos impide mostrar el acercamiento de *zoom* que realiza la cámara sobre su figura, lo que connota centralidad y aumenta la tensión hasta tanto se produce su salida del vehículo.

Las imágenes 1 y 2 completan el registro de la llegada de Milei, aunque trabajan los límites del encuadre de manera contrapuesta. Cuando la primera procura incluir la

mayor concentración de personas, la segunda convierte el espacio *off* en un espacio imaginable (Casetti, y di Chio, 2014), el cual es evocado por los múltiples celulares que sostienen las y los asistentes de los cuales únicamente se observan sus manos. La existencia de celulares dentro del cuadro indica que fuera de éste el espacio continúa más allá de lo visible. A través de este recurso de composición tanto como de la utilización de un gran angular, las imágenes 1 y 2 exponen un relato audiovisual cuyo inicio consiste en la exhibición de la aceptación ciudadana de la candidatura de Milei.

3.2. El recibimiento

El estudio de la enunciación fílmica determina la dimensión de análisis de las imágenes 3 y 4. En efecto, mientras que las imágenes 1 y 2 muestran a Milei desde un punto de vista asimilable a la afluencia, ahora se invierte esta modalidad y la función espectral observa, en la imagen 4, a la concurrencia desde un punto de vista similar a la posición cognitiva (Jost, 2002) del líder de La Libertad Avanza. La imagen 3 se presenta en ocularización cero (Jost, 2002), de modo de no adscribir a la mirada de ninguna de las personas asistentes sino que mostraría el encuentro desde una posición exterior a los hechos que registra (Figuras 3 y 4).⁶

Las imágenes 3 y 4 replican el relato audiovisual de las imágenes 1 y 2. En efecto, tanto como muestran en profundidad de campo a la multitud de asistentes (Figuras 1 y 3), también exhiben la adhesión que recibe Milei en el curso de sus actos de campaña. Durante el *Tour de la Libertad*, la utilización de planos generales como también la focalización interna (Jost, 2002) sobre la figura de Milei han sido recursos de composición habituales, subsidiarios de un relato de proximidad (Rosanvallon, 2009) entre el candidato y los electores.

Examinadas en conjunto, las cuatro imágenes muestran un modelo visual iterativo en nuestro corpus de trabajo. La llegada de Milei dará paso a un encuentro de características más personales con la concurrencia, estableciendo un contacto estrecho incluso en sus propios sitios de trabajo o bien en el espacio abierto en los que acontecen las recorridas de campaña.

En efecto, el candidato dará paso a las recorridas en centros urbanos característicos de las ciudades que visita. Acompañado de dirigentes de su partido pertenecientes a la esfera nacional y local, Milei exhibirá su candidatura estableciendo una serie de encuentros con comerciantes, transeúntes ocasionales o adherentes a su propuesta de gobierno.

⁶ El video fue posteado el día 31/07/2023.

Figura 3. Ocularización cero. [Fotograma (00.07)]



Fuente: La Libertad Avanza (2023b).

Figura 4. Focalización interna. [Fotograma (00.14)]



Fuente: La Libertad Avanza (2023b).

Figura 5. Instante esencial. [Fotograma (00.11)]



Fuente: La Libertad Avanza (2023c).

Figura 6. Instante esencial. [Fotograma (01.29)]



Fuente: La Libertad Avanza (2023d).

3.3. El encuentro

Las imágenes 5 y 6 exponen esta relación entre un candidato inmediatamente cercano (Figura 5)⁷ y accesible a conversar con sus votantes y fotografiarse junto a ellos (Figura 6)⁸.

⁷ El video fue posteado el día 25/07/2023.

⁸ El video fue posteado el día 30/07/2023.

La imagen 5 captura el instante en que Milei ingresa a una tienda de venta de ropa y saluda a las empleadas que allí trabajan. Esta clase de encuentro representa una constante en los registros de campaña de La Libertad Avanza, los cuales mantienen una estructura que se reitera con leves modificaciones en relación al objeto o espacio que predica al conjunto de la representación. En el caso observado, las hileras de ropa dispuesta sobre la franja izquierda ilustran el escenario sobre el que se desarrolla el encuentro, asociado a un espacio fácilmente reconocible para la función espectacular. En nuestro corpus de trabajo, este elemento se sustituye por otros de diversa naturaleza, como por ejemplo cajas de comida rápida —en los casos en que ingresa a una pizzería— o bien objetos como vasos y botellas —cuando el encuentro se produce hacia el interior de un Café—. En cualquier caso, estos elementos constituyen un operador de superficie que guía la mirada (Russo, 2012) de aquella función a través de la puesta en escena diseñada para estas propagandas.

En este sub corpus de unidades de observación resalta la función activa que realiza el decorado (Bordwell y Thompson, 1993), predicando a los cuerpos que los transitan como también a las acciones que ellos realizan en su interior. Bajo este diseño, los elementos ubicados en profundidad de campo resultan fácilmente intercambiables a condición de que aseguren una puesta en escena vinculada a la construcción de una candidatura distanciada de las tradicionales investiduras que sujetan a las personas candidatas (Verón, 1999). En este sentido, la cámara no haría otra cosa distinta que capturar la naturaleza de la escena, al tiempo que se muestra ausente en el trabajo de escritura de la imagen. Es decir que la llegada de Milei pareciera relatarse a sí misma (Benveniste, 1999), ocultando su intervención en la elección del tipo de plano y las elipsis que los separan.

Otra modalidad consiste en practicar los encuentros con las y los seguidores en un espacio abierto, en los cuales predomina la obtención de una fotografía estilo *selfie*. En el caso que ocupa nuestra investigación, poco importa el motivo que subyace a quien pretende una imagen junto al candidato, sino su utilización a modo de síncodoque y señalamiento del espacio fuera del cuadro de las imágenes. En efecto, recordemos que «la cámara del celular está en la más íntima proximidad del cuerpo. El celular es una extensión y la selfie es una de las tantas posibilidades de esa extensión» (Sarlo, 2018a: 120-121). Así, cobran relevancia analítica no sólo los celulares ubicados en la franja inferior de la imagen, sino los cuerpos que los portan y que la imagen relega a un espacio imaginable (Casetti y di Chio, 2014). En otros términos, la inclusión de dichos teléfonos móviles constituye *la parte por el todo* de las personas que obtienen su foto *selfie*. Al mismo tiempo, se los incluye en la imagen a través de su misma exclusión, debido a que la composición de la imagen indica a la función espectacular que el espacio en el cual acontecen los encuentros con Milei excede al espacio visible y encuadrado dispuesto en la banda visual de los videos. Vale desta-

Figura 7. Focalización interna. [Fotograma (00.28)]



Fuente: La Libertad Avanza [Autor]. (2023e).

car que a lo largo de la campaña abundan las producciones en las que predomina la inclusión de este recurso (Di Croce, 2024), el cual conduce nuestra mirada por fuera de los índices ubicados dentro del cuadro de las imágenes. En la muestra escogida, se reconoce también una amplia profundidad de campo saturada por concurrentes a la convocatoria de La Libertad Avanza. Otra saturación equivalente es sugerida entonces hacia los bordes del encuadre, a través de la citada extensión del cuerpo humano que constituyen los teléfonos móviles.

La siguiente imagen presenta una variación, también iterativa en nuestro corpus de trabajo, acerca de la ubicación de la cámara en el contexto de los encuentros entre Milei y sus adherentes. En este caso, se dispone su colocación en una posición aproximada a la visión que el candidato obtiene de las personas que lo rodean y solicitan estrechar su mano con las suyas (Figura 7).⁹ De esta manera se obtiene un juego de miradas doblemente interesante. Por un lado, se aprecia una mirada encuadrada hacia un punto ubicado fuera de cuadro —es decir, hacia el rostro de Milei—, y otra mirada invisible —la correspondiente a Milei— que se dirige hacia la posición axial de la representación, saturada, una vez más, por las y los seguidores situados junto a su núcleo duro de votantes.

⁹ El video fue posteado el día 26/09/2023.

La mirada de las personas asistentes se desplaza a través de uno de los puntos de fuga de la representación, claramente correspondiente con la ubicación del candidato, expresado visualmente a través de su brazo. Esta modalidad de contacto también se reitera a lo largo de las presentaciones del *Tour de la Libertad*, las cuales muestran la adhesión que profesa ya no una comerciante en su sitio de trabajo o un transeúnte ocasional. En el plano de la enunciación fílmica, la focalización interna (Jost, 2002) permite reconocer dicha adhesión en términos equivalente a la posición cognitiva de Milei.

3.4. La exageración

Las concentraciones convocadas por el *Tour de la Libertad* no estuvieron exentas de cuotas de hipérbole y exageración. En efecto, los registros audiovisuales dan cuenta de un modo reiterado de una puesta en escena en la que prevalecen distintos elementos materiales que obran como signos simbólicos (Peirce, 1974) acerca de los aspectos más acentuados por Milei durante su campaña presidencial. Recordemos entonces que, durante sus presentaciones televisivas, reportajes gráficos o posteos en redes sociales, el líder de La Libertad Avanza estableció una agenda que incluyó, por ejemplo, la dolarización de la economía, el cierre del Banco Central de la Argentina, la reducción del Estado y, quizás en tanto consigna testigo, el combate que libraría para terminar con los privilegios que injustamente recaían sobre *la casta política*. La hipérbole, entonces, entendida como «un remedio a la baja tensión de lo que se muestra» (Sarló, 2018b: 77), constituyó un recurso visual que distinguió, con respecto a campañas electorales precedentes, a los videos del *Tour de la Libertad*.¹⁰

Hemos tomado como muestras dos imágenes que representan situaciones inhabituales y al mismo tiempo visualmente exageradas acerca de las consignas electorales de Milei. Se tratan de materializaciones inmediatamente reconocibles, al concentrarse en símbolos universalmente identificables y asimismo de uso corriente en Argentina. La imagen 8 muestra al candidato llevando en alto una pala de trabajo de construcción, sobre la cual se anuda una bandera de la Nación. La imagen 9 expone una gigantografía de la moneda estadounidense en cuyo centro se reemplazaron sus tradicionales figuras por el rostro de Milei (Figuras 8¹¹ y 9¹²).

10 Precisamos que, con respecto a las campañas anteriores, hacemos referencia a aquellas elecciones sucedidas desde el año 2015, cuando iniciamos nuestras investigaciones en materia de comunicación política audiovisual.

11 El video fue posteoado el día 24/09/2023.

12 El video fue posteoado el día 28/07/2023.

Figura 8. Objeto predica el cuadro. [Fotograma (00.42)]



Fuente: La Libertad Avanza (2023f).

Figura 9. Objeto predica el cuadro. [Fotograma (01.07)]



Fuente: La Libertad Avanza (2023g).

Ambas imágenes representan una materialización de una consigna discursiva, a través de la cual los enunciados aducidos por Milei cobran un cuerpo visible que connota al conjunto de la manifestación. La cámara fílmica se ocupa de centrar en su cuadro esta clase de recursos, cuyo universo incluye, en otros videos, guantes de boxeo y la tradicional motosierra eléctrica.¹³ Estas imágenes, en el marco del *Tour de la Libertad*, confieren sentido si atendemos a la naturaleza de la presencia del candidato en sus concentraciones, debido a que «las apariciones públicas del presidente pop siempre son un espectáculo minuciosamente calculado para que sea un despliegue de energía colectiva» (Amado, 2016: 190). Si sustituimos el término Presidente por el de candidato a la Presidencia, obtendremos entonces la clave que explica la incorporación de aquellos elementos que visualmente exhiben el plan de gobierno de Milei. Por un lado, la pala resulta subsidiaria del final de lo que denomina los privilegios de casta, y la consecuente reafirmación del trabajo, en oposición a la distribución de planes sociales, como línea de acción de su gestión.

Las concentraciones de La Libertad Avanza en 2023 reactualizan el concepto de *arte camp*, el cual resulta «absolutamente ingenuo o plenamente consciente» (Sontag, 2005: 364). Dado el rutilante ascenso de Milei y su posterior triunfo electoral, el relato fílmico ha sido plenamente consciente de la oportunidad que suscitó la exhibición hiperbólica —natural al estilo camp— de signos simbólicos inmediatamente reconocibles por la función espectacular.

3.5. El espacio abierto

Las concentraciones del *Tour de la Libertad* son registradas a través del abanico de códigos narrativos fílmicos entre los cuales sobresale, sin dudas, los planos largos en relación de solidaridad con el realismo revelador de Bazin (2008). Nos referimos a la preservación en el relato de la contigüidad visual del ojo humano que, sostiene el autor, asegura una mayor aprehensión de la célebre *impresión de realidad* examinada en buena parte de su obra. Tanto la prohibición del montaje como la utilización de planos generales asegurarían una mayor veracidad, debido a una supuesta menor intervención del dispositivo de filmación sobre el referente que registra.¹⁴ El diseño de los videos de La Libertad Avanza abreva entonces por la búsqueda de la transparencia del signo audiovisual por intermedio de la menor intervención del sujeto enunciador dispuesto fuera de cuadro.

13 La motosierra seguramente constituya el objeto simbólico mayormente difundido durante su campaña electoral. En el plano de la narración, su función es equivalente a la desempeñada por una pala y un billete de dólar.

14 Este debate ha sido retomado con fuerza en las décadas de 1960 y 1970, entre otros, por autores como Jean-Luis Comolli (2010).

Las siguientes imágenes conviene examinarlas a la luz del párrafo precedente. Ambas muestran el recorrido que efectúa la caravana de vehículos oficiales rodeada por sus adherentes. Desde un ángulo picado, se observa una profundidad de campo saturada por asistentes, muchos de los cuales llevan consigo la tradicional bandera *Gadsden*¹⁵ o teléfonos celulares (Figura 10)¹⁶. A su vez, a través de la misma angulación se registra el avance de la caravana vehicular (Figura 11)¹⁷ en un amplio espacio abierto aboradado de adherentes.

Figura 10. Plano largo [Fotograma (00.38)]



Fuente: La Libertad Avanza (2023h).

Figura 11. Plano largo. [Fotograma (00.50)]



Fuente: La Libertad Avanza (2023i).

15 Dicho símbolo ha sido abrazado en Argentina por La Libertad Avanza, el cual «representa impulsos de rebelión frente a la prepotencia del Estado» (Márquez y Duclos, 2024: 128).

16 El video fue posteado el día 06/08/2023.

17 El video fue posteado el día 13/10/2023.

Este tipo de imágenes operan también como planos de ubicación, a través de los cuales se sitúa a las y los espectadores en el espacio en el que acontecen las recorridas del *Tour de la Libertad*. Se trata de una puesta en escena en exteriores cuyo trabajo de producción se observa sobre la angulación escogida y la amplia profundidad de campo incluida en sus respectivos cuadros. En otros términos, el relato audiovisual de las distintas recorridas da cuenta tanto de una situación particular —registrada en planos cortos— como también de un evento general —registrado en planos largos—. Estos últimos, veremos a continuación, también resultan subsidiarios del movimiento de la cámara.

3.6. Un giro de 360°

Las multitudinarias convocatorias del *Tour de la Libertad* fueron registradas por intermedio de planos largos y vistas aéreas, aumentando la porción de campo fílmico cubierta por la lente de la cámara. En este punto, no debemos confundir los términos campo y cuadro (Russo, 2003), por lo que vale mencionar que el primero corresponde con el espacio en el que se ubican todos los elementos enmarcados por los límites de la pantalla, al tiempo que el cuadro designa precisamente aquella demarcación de los bordes —laterales y superior e inferior— de la imagen. En este sentido, la exhibición de las mayores multitudes convocadas durante el *Tour de la Libertad* ha sido visualmente expuesta a través de la saturación de asistentes dentro del campo de la imagen.

En relación a su cuadro, la Libertad Avanza ha implementado un recurso de composición que consiste en recuperar constantemente el espacio imaginable (Casetti, y di Chio, 2014) ubicado de inmediato al límite de un cuadro, con lo cual se amplía el campo nuevamente saturado por adherentes a la fuerza que conduce Milei. Este recurso consiste en registrar el evento a través de un giro completo de la cámara, es decir que realiza un movimiento de 360° desde una posición fija. De esta manera, la información dispuesta en el espacio *off* pasa a incluirse en el espacio *in*, para luego, al continuar este movimiento, retomar su primitiva posición en *off*.

Las dos siguientes muestras de observación constituyen ejemplos que ilustran este movimiento de cámara. Ambas corresponden a un plano registrado desde la caja trasera de una camioneta en la cual Milei realizó una tradicional caravana por el interior de una ciudad. Vemos entonces que sobre el lateral derecho de la primera imagen se ubica un vehículo color gris y por detrás una camioneta color blanco (Figura 12).¹⁸ Debido entonces al movimiento de la cámara, el cual se realiza hacia el margen derecho, el vehículo y la camioneta ahora se ubican en el centro de nuestra

18 El video fue posteoado el día 21/09/2023.

segunda imagen (Figura 13). Vale recordar, una vez más, que durante este movimiento de 360° la cámara permanece encendida, culminando su giro en el mismo punto y bajo la misma posición en el que se inició. Este movimiento tiene una duración de pocos segundos.

Figura 12. Travelling lateral. [Fotograma (01.17)]



Fuente: La Libertad Avanza (2023j).

Figura 13. Travelling lateral. [Fotograma (01.18)]



Fuente: La Libertad Avanza (2023j).

Ahora se ilustra claramente que el espacio *off* —ubicado sobre el lateral derecho de la primera imagen— luego se dispondrá en el centro de la siguiente, naturalmente en posición *in*. Y al continuar con este movimiento, el espacio y la información que contienen, luego recuperarán su condición primitiva al salir de cuadro por el lateral opuesto al de su ingreso. Se aprecia entonces dos clases de movimiento, uno interior a la imagen y otro exterior a ella. El primero corresponde con la serie de gestualidad corporal que realiza la concurrencia (alzamiento de brazos, saltos, breves corridas conforme avanza la camioneta que traslada a Milei), mientras que el segundo movimiento es aquel que ejecuta la cámara de filmación.

El espacio donde se llevan adelante las concentraciones comprende entonces un espacio dinámico expresivo (Casetti, y di Chio, 2014), debido a que la cámara puntúa la información que debe observarse, inherente en este caso a la exitosa convocatoria sucedida en el marco de la presencia de Milei.

Este recurso se reitera en nuestro corpus de trabajo, por lo que se trata de una regularidad compositiva que debe examinarse en relación de solidaridad con la contigüidad de la mirada del ojo humano, ésta por supuesto cercana al realismo que sostiene Bazín (2008). Este movimiento constituye un procedimiento que, de acuerdo a esta corriente, asegura una mayor aprehensión del referente que la cámara registra, debido a que preserva una aproximación a *la realidad* tal cual su propia constitución, reduciendo las distancias entre el signo audiovisual y el objeto que sustituiría.¹⁹

El efecto pretendido no difiere con relación a los planos largos observados en las imágenes 10 y 11. En otros términos, éstas exponen la masiva convocatoria de las mayores concentraciones del *Tour de la Libertad*, utilizando para ello la plasticidad de las imágenes de modo subsidiario al campo fílmico. Al mismo tiempo, las imágenes 12 y 13 revelan su idéntico propósito trabajando su diseño sobre los márgenes del cuadro, a través de un plano medio. En ambos casos, la estrategia comunicacional de *La Libertad Avanza* abreva en el mito del cine total (Bazín, 2008), el cual estaría más facultado que cualquiera de las artes para devolver al mundo una duplicación signíca de su realidad.

19 El debate acerca de la sustitución del referente por el signo audiovisual ya ha sido suficientemente recusado, por lo que no es necesario retomar aquí este falso presupuesto. Simplemente recordamos que bajo su imperio los partidos políticos argentinos suelen elaborar sus productos audiovisuales de campaña.

El trabajo de escritura sobre el cuadro de las imágenes remite también a la naturaleza de las concentraciones partidarias. Al respecto, en Argentina acontece, tanto como sucede en otras naciones, que «la convocatoria a la grey se hace en espacios públicos de gran valor simbólico, como plazas, avenidas emblemáticas, estadios de fútbol, de modo que prevalezca el valor nacional sobre el partidario» (Amado, 2016: 191). La masividad de los actos partidarios en espacios abiertos de La Libertad Avanza ha sido una dimensión que los equipos de comunicación han subrayado en sus videos, debido a la prevalencia que aún perdura en Argentina de las tradicionales modalidades de actos partidarios (Abélès, 1998). Dicha masividad fue señalada mediante el registro de las concentraciones en un único plano, construyendo un texto audiovisual de características similares al evento partidario encabezado por Milei.

4. Discusión

La cercanía y proximidad entre los candidatos y los electores constituye una dimensión de análisis presente en Argentina desde finales de la década de 1980, con motivo de las campañas electorales del Frente Justicialista de Unidad Popular (año 1989) (Waisbord, 1995). Asimismo, dicho estilo ha cobrado mayor notoriedad desde la irrupción de la coalición Cambiemos (año 2015) (Annunziata, 2018). En este sentido, encontramos una línea de continuidad entre los discursos audiovisuales de tres candidatos y luego presidentes²⁰, los cuales se inscriben en un posicionamiento ideológico de libre mercado/neoliberal. En otros términos, su común ubicación política también se encuentra unificada en sus posicionamientos estéticos y audiovisuales, subsidiarios de la exposición, en períodos electorales, de su figuración corporal en términos de empatía y solidaridad. Este fenómeno audiovisual ha sido analizado con relación a “las caminatas” (Borrini, 2003: 123) realizadas en 1989, a los denominados timbreos en 2015, y en 2023 con motivo del denominado *Tour de la Libertad* examinado en este trabajo. En los tres períodos se reconoce el desplazamiento de los actos de campaña hacia sitios ajenos con respecto a la representación tradicional de las instituciones de la Nación, y más próximos a los espacios de tránsito por parte de la ciudadanía. Los planos largos (Figuras 10 y 11) presentan una amplia concurrencia que recuerda, aunque numéricamente menor, a las grandes concentraciones sucedidas en la campaña de 1989 (Waisbord, 1995). En cualquier caso, el artificio procura su exhibición visual a través de dichos registros.

En este sentido, el concepto de campaña permanente (Tarullo y Amado, 2015) resulta revelador para comprender nuestro objeto de estudio. En efecto, dicho modo

20 Carlos Menem (1989-1999); Mauricio Macri (2015-2019) y Javier Milei (2023-actualidad).

de campaña consiste en construir una imagen personal del candidato, en desmedro de la difusión de sus proclamas partidarias. Y aún cuando Milei sí expuso en el corte electoral una serie de medidas que habría de implementar en su gestión de gobierno –ajuste de las cuentas fiscales, por ejemplo–, lo cierto es que también recurrió a un estilo visual de composición de candidaturas más próximo a la personalización de la política electoral (Castells, 2009).

5. Conclusiones

La candidatura *outsider* de Milei fue visualmente expresada a través de las adhesiones que su figura política fue concitando en distintas regiones de la Argentina. En este sentido, la puesta en escena en un corte electoral incluyó una serie de técnicas de registro vinculadas a la exposición conjunta entre el candidato y las personas electoras. En efecto, se constató que el cuerpo del candidato, próximo y atento a establecer un contacto estrecho con los y las asistentes a las paradas del *Tour de la Libertad*, ha sido el mensaje que atravesó a la banda visual de los relatos.

En relación a los videos cortos que dieron cuenta de las distintas recorridas llevadas adelante por el *Tour de la Libertad*, también hemos reconocido una gramática de diseño que conformó un relato audiovisual que se reitera en este conjunto de unidades de observación, tendiente a ocultar sus recursos de ficcionalización. En primer lugar, el registro de la puesta en escena tuvo como objeto presentarla como un «gesto autónomo» (Aumont, 2018: 174) cuya naturaleza irrumpiría frente a la cámara y por tanto no dependería de su articulación (Bazín, 2008). En otros términos, La Libertad Avanza no realizaría ninguna clase de trabajo de escritura sobre las imágenes que muestran las concentraciones de adherentes, incorporando a su estructura audiovisual todo cuanto sucede en la relación entre el líder y la concurrencia. La puesta en escena remite a una concepción que rechaza sus orígenes teatrales, al tiempo que oculta las marcas de un sujeto enunciador ubicado fuera de cuadro, quien procura permanecer transparente detrás de las imágenes que él mismo crea. Dado entonces que el mensaje sin código y la transparencia del signo audiovisual conllevan premisas de un debate ya saldado por el campo de la filmología, hemos resuelto examinar las marcas de aquel sujeto constructor de imágenes.

En relación a los objetivos específicos de nuestro trabajo, hemos constatado que la banda visual se desempeñó de manera activa bajo el paradigma de la proximidad (Rosanvallon, 2009), debido a que construyó una escena que vinculó al dirigente con sus seguidores/as en el marco de las recorridas del *Tour de la Libertad*. En el mismo sentido, la espacialidad de tránsito y uso común por parte de la ciudadanía –calles seculares alejadas de las tradicionales representación de la institucionalidad

(Waisbord, 1995)– y los elementos encuadrados que la integran –productos de vestir (Figura 5) o simbólicamente ornamentales (Figuras 8 y 9)– también desempeñaron una función activa en la estetización de la candidatura presidencial de Milei.

En este sentido, la espacialidad adquiere una función esencial, debido a que habilita la implementación de una amplia profundidad de campo, de planos largos y movimientos de cámara laterales con objeto de saturar el cuadro de las imágenes con asistentes a los actos partidarios. La exhibición visual de las y los adherentes (Figuras 10, 11, 12 y 13) da cuenta de aquellos procedimientos.

En términos del argumento, la serie del *Tour de la Libertad* se inicia con la llegada de Milei a una localidad, cuyos habitantes agudan su presencia y celebran finalmente su arribo (Figuras 1 y 2). Como primera medida, se exhibe la adhesión que genera su figura y la búsqueda de la obtención de una fotografía o video del líder de La Libertad Avanza. En términos compositivos, la expansión del espacio no se produce únicamente por intermedio de planos largos, sino mediante la apelación a un espacio alterno, inmediato e imaginable (Figuras 2 y 6). En efecto, a través de personas ubicadas fuera de cuadro, y cuyos brazos y celulares sí han sido encuadrados, se remite a este espacio que continúa más allá de los límites de la imagen. En el mismo sentido, el movimiento de cámara lateral a través de un giro de 360° incluye un espacio anteriormente excluido, y de este modo se amplía la dimensión del campo saturado de adherentes a La Libertad Avanza. Ha sido una dimensión constante el registro de elementos que tiñen a las manifestaciones de cierto color u originalidad (Figuras 8 y 9), cuyo valor como signo simbólico es inmediatamente reconocible por la función espectacular.

En el encuentro personal entre Milei y sus votantes (Figura 5) se reconoce una inmediata continuación de un procedimiento de composición habitual en el marco de las contiendas electorales. Varía, sin embargo, la intensidad de la adhesión que suscita la presencia de Milei (Figuras 3, y 7). Dicha adhesión, por un lado, tanto como la exhibición de una mirada que se emparenta el saber que posee Milei, por el otro, se replican en nuestro corpus de trabajo, al tiempo que acentúan la exposición de proximidad entre el candidato y sus electores.

Lo particular y lo general conviven por igual en los videos examinados. Entre lo particular, referimos a los planos cortos que exhiben el abrazo o el saludo entre el candidato y los electores (Figuras 4, 5, 6 y 7). Entre lo general, las distintas paradas del *Tour de la Libertad* en diferentes territorios argentinos (Figuras 1, 2, 3, 10, 11, 12 y 13), registradas a través de planos largos y movimientos de cámara. Tanto en un caso como en otro, la presencia de Milei *in situ* o mejor aún, el registro audiovisual de sus presencias, constituyó una dimensión trascendente de su estrategia electoral de instalación y posicionamiento de su prédica libertaria.

Referencias

- Abélès, Marc (1998). Rituales y comunicación política moderna. En: AA.VV. *El nuevo espacio público* (pp. 140-157). Barcelona: Gedisa.
- Amado, Adriana (2016). *Política Pop. De líderes populistas a telepresidentes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ariel.
- Annunziata, R. (2018). —Si viene, yo lo voto||: la proximidad en timbreos y visitas de Mauricio Macri durante la campaña electoral y su primer año de gobierno (2015-2016). *Austral Comunicación*, Vol. 7 (1), 57-90. <https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/222>
- Aruguete, Natalia y Riorda, Mario (2016). Una imagen vale más que mil palabras: la estrategia discursiva de las campañas electorales de los candidatos ganadores en América Latina. En: *Communication & Society*, Vol. 29 (2), 173-192. Consultado el día 27 de junio de 2023. <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35928>
- Aumont, Jacques y Marie, Michel (1993). *Análisis del film*. Barcelona: Paidós.
- Aumont, Jacques et al. (1995). *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona: Paidós.
- Aumont, Jacques (2018). *El cine y la puesta en escena*. Buenos Aires: Colihue.
- Bazin, André (2008). *¿Qué es el cine?* Madrid: RIALP.
- Benveniste, Émile [1959] (1999). *Las relaciones de tiempo en el verbo francés*. En: *Semiosis. Nueva época*, 1 (5), 52-61. Consultado el día 17 de septiembre de 2020. <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/6624/19995P52.pdf;jsessionid=671B03C84E-691143B5EB8D81EDB64E12?sequence=2>
- Bordwell, David y Thompson, Kristin (1993). *El arte cinematográfico. Una introducción*. Barcelona: Paidós.
- Brunner, Wolfram (2002). La Campaña electoral en los Estados Unidos. En: Priess, Frank (ed.). *Relación entre política y medios. Propuestas alemanas en una perspectiva comparada* (pp. 129-205). Buenos Aires: Temas. Fundación Konrad Adenauer.
- Casetti, Francesco y di Chio, Federico (2014). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Comolli, Jean-Louis (2010). Técnica e ideología (1971-1972). En: *Cine contra espectáculo seguido de Técnica e ideología* (pp. 137-268). Buenos Aires: Manantial.
- Dagatti, Mariano y Onofrio, María Paula (2019). Visiones políticas. El sistema imaginario de Cambiemos (Argentina, 2015-2018). En: *Cuadernos.info*, (44), 79-98. Consultado el día 9 de febrero de 2022. <http://cuadernos.info/index.php/cdi/article/view/18381>
- Di Croce, Valeria (2024). *El arca de Milei. ¿Cómo y con quién construyó su poder?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Futurock.
- García Beaudoux, Virginia y D'adamo, Orlando (2006). Comunicación política y campañas electorales. Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo. En: *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, Vol. 2 (2), 81-111. Consultado el día 13 de abril de 2022. <https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/331>

- Groys, Boris. (2014). La obligación del diseño de sí. En: *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea* (pp. 21-35). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra.
- Jost, François (2002). *El ojo cámara. Entre film y novela*. Buenos Aires: Catálogos.
- La Libertad Avanza [Autor]. (2023a). *Tour de la Libertad: Santa Fe* (video). Consultado el día 1 de septiembre de 2024. <https://www.instagram.com/reel/CvMwr7HAVju/>
- La Libertad Avanza [Autor]. (2023b). *Tour de la Libertad: Bahía Blanca* (Video). Consultado el día 1 de septiembre de 2024. <https://www.instagram.com/reel/CvXPDFaAhA7/>
- La Libertad Avanza [Autor]. (2023c). *Tour de la Libertad: Berazategui, Quilmes y Avellaneda* (Video). Consultado el día 1 de septiembre de 2024. <https://www.instagram.com/reel/CvHwHNFADjK/>
- La Libertad Avanza [Autor]. (2023d). *Tour de la Libertad: Mar del Plata* (Video). Consultado el día 1 de septiembre de 2024. <https://www.instagram.com/reel/CvU3hH5ATRE/>
- La Libertad Avanza [Autor]. (2023e). *Tour de la Libertad: San Martín* (Video). Consultado el día 1 de septiembre de 2024. <https://www.instagram.com/reel/Cxp6u3bg9Ks/>
- La Libertad Avanza [Autor]. (2023f). *Tour de la Libertad: Corrientes* (Video). Consultado el día 1 de septiembre de 2024. <https://www.instagram.com/reel/Cxk58-ag3yR/>
- La Libertad Avanza [Autor]. (2023g). *Tour de la Libertad: resumen de paradas* (Video). Consultado el día 1 de septiembre de 2024. <https://www.instagram.com/reel/CvQVKm8gxRA/>
- La Libertad Avanza [Autor]. (2023h). *Tour de la Libertad: Mendoza* (Video). Consultado el día 1 de septiembre de 2024. <https://www.instagram.com/reel/Cvnu1H4gYEA/>
- La Libertad Avanza [Autor]. (2023i). *Tour de la Libertad: Salta* (Video). Consultado el día 1 de septiembre de 2024. <https://www.instagram.com/reel/CyVz3KOAP8H/>
- La Libertad Avanza [Autor]. (2023j). *Tour de la Libertad: Punta Alta y Bahía Blanca* (Video). Consultado el día 1 de septiembre de 2024. <https://www.instagram.com/reel/CxdbNjeAZW7/>
- Manin, Bernard (1998). Metamorfosis del gobierno representativo. En: *Los principios del gobierno representativo* (237-287). Madrid: Alianza.
- Márquez, Nicolás y Duclos, Marcelo (2024). *Milei. La revolución que no vieron venir*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Hojas del Sur.
- Milei, Javier (05/05/2024). *Palabras del Presidente de la Nación, Javier Milei, en el 10 Latam Economic Forum, en Salón Golden Mercantil* Consultado el día 18 de diciembre de 2024. <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/50530-palabras-del-presidente-de-la-nacion-javier-milei-en-el-10-latam-economic-forum-en-salon-golden-mercantil>
- Mirzoeff, Nicholas (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.
- Mitchell, William John Thomas (2019). *La ciencia de la imagen. Iconología, cultura visual y estética de los medios*. Madrid: Akal.
- Mitry, Jean (2006). *Estética y psicología del cine. 1 Las estructuras*. México, D. F.: Siglo XXI.
- Peirce, Charles Sanders (1974). Ícono, Índice y Símbolo. En: *La ciencia de la semiótica* (pp. 45-62). Buenos Aires: Nueva Visión.

- Rosanvallon, Pierre (2009). *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Buenos Aires: Manantial.
- Russo, Eduardo (2003). *Diccionario de cine. Estética, crítica, técnica, historia*. Buenos Aires: Paidós.
- Russo, Eduardo (2012). Cine: Una puesta en otra escena. Quince años después. En: La Ferla, Jorge y Reynal, Sofía (comps.). *Territorios Audiovisuales: cine, video, televisión, instalación, documental, nuevas tecnologías, paisajes mediáticos* (pp. 49-64). Buenos Aires: Librería.
- Sarlo, Beatriz (2011). *La audacia y el cálculo*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Sarlo, Beatriz (2018a). El aura subjetiva. En: *La intimidad pública* (pp. 95-121). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Seix Barral.
- Sarlo, Beatriz (2018b). La Hipérbolo. En: *La intimidad pública* (pp. 71-93). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Seix Barral.
- Slimovich, Ana (2017). La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. En: *Dixit*, (26), 24-43. Consultado el día 16 de enero de 2025. <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1321>
- Sontag, Susan (2005). Notas sobre lo *camp*. En: *Sobre la interpretación* (pp. 355-375). Buenos Aires: Alfaguara.
- Tarullo, Raquel, y Amado, Adriana (2015). *Nuevas tecnologías, usos viejos: las redes sociales en las campañas permanentes*. Ponencia presentada en el XII Congreso Nacional de Ciencia Política, organizado por la Sociedad Argentina de Análisis Político y la Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 12 al 15 de agosto de 2015. Consultado el día 29 de julio de 2025 <https://repositorio.unnoba.edu.ar/xmlui/handle/23601/388>
- Verón, Eliseo (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En: AA.VV. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos* (pp. 11-26). Buenos Aires: Hachette.
- Verón, Eliseo (1999). El verbo y la mierda. En: *Efectos de agenda* (pp. 87-88). Barcelona: Gedisa.
- Verón, Eliseo y Sigal, Silvia (2014). *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Eudeba.
- Vowe, Gerhard y Wolling, Jens (2002). ¿Americanización de la campaña electoral o marketing político? La evolución de la comunicación política. En: Priess, Frank (ed.). *Relación entre política y medios. Propuestas alemanas en una perspectiva comparada* (pp. 51-91). Buenos Aires: Temas. Fundación Konrad Adenauer.
- Waisbord, Silvio (1995). *El gran desfile. Campañas electorales y medios de comunicación en Argentina*. Buenos Aires: Planeta.
- Ynoub, Roxana (2023). *Cuestión de Método. Tomo II. Aportes para una metodología crítica*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial Lugar.

