



UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

INSTAGRAM e IMAGEN POLÍTICA:

Un ejemplo de construcción de imagen política con Instagram
como soporte. El caso de Mauricio Macri en la campaña
nacional de 2015

Gómez Peracca, Paz

Tutora: Prof. Ruiz, María José

Fecha de presentación: 15 a 19 de junio

UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

INSTAGRAM e IMAGEN POLÍTICA:

Un ejemplo de construcción de imagen política con Instagram
como soporte. El caso de Mauricio Macri en la campaña
nacional de 2015

Gómez Peracca, Paz

Tutora: Prof. Ruiz, María José



RUIZ
ACOSTA
MARIA
JOSE -
28893585L

Firmado
digitalmente por
RUIZ ACOSTA
MARIA JOSE -
28893585L
Fecha:
2020.06.01
20:07:13 +02'00'

UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

INSTAGRAM e IMAGEN POLÍTICA:

Un ejemplo de construcción de imagen política con Instagram
como soporte. El caso de Mauricio Macri en la campaña
nacional de 2015

Gómez Peracca, Paz

Tutora: Prof. Ruiz, María José

Máster en Comunicación Política e Institucional

Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla (2019-2020)

Índice

Introducción	1
Hipótesis, Objetivos generales y Objetivos específicos	2
Marco teórico	3
Metodología	5
La democracia de la imagen	7
Crisis de representación	7
Personalización del candidato	8
Democracia de audiencia	9
Consolidación del Marketing Político	11
Macri y su llegada a la política	12
Breve biografía de Mauricio Macri.....	12
Su arribo a la presidencia. Contexto electoral.....	13
Campañas Presidenciales en Argentina. PASO y posibilidad de balotaje.....	17
Introducción al análisis	21
¿Qué es Instagram?.....	21
Análisis de la campaña electoral de Mauricio Macri mes a mes.....	24
Junio.....	24

Julio.....	26
Agosto.....	29
Septiembre.....	32
Octubre.....	35
Noviembre.....	38
Gráficos comparativos.....	41
Conclusión.....	45
Referencias.....	49

Introducción

El presente trabajo pretende analizar los contenidos compartidos en el instagram oficial de Mauricio Macri, en la campaña electoral por la presidencia de la República Argentina en 2015. Nuestro postulado propone que las publicaciones que primaron fueron las de tipo íntimo o familiar e íntimo y político. Las mismas fueron, al mismo, los contenidos más likeados.

Cada vez son más las publicaciones de tipo privado o íntimo de los candidatos en sus redes sociales. Las mismas adquieren un lugar primordial en la propuesta de las campañas electorales, a partir de fenómenos que revisaremos más adelante, como la crisis de representación, la personalización del candidato, la democracia de audiencia y la consolidación del marketing político, entre otros. En este nuevo escenario, se busca realizar campañas que generen cercanía y la empatía de los votantes con el candidato (en el caso de nuestro candidato, el recurso de publicar fotos suyas, con su mujer y pequeña hija, compartiendo actividades cotidianas o “sábado en familia”, fue muy utilizado).

El estudio de la implementación de esta estrategia política y su nivel de eficiencia (comprobado por número de “likes” recibidos) ha tomado mucha relevancia y generado interés por demás en el campo académico en el último tiempo, constituyendo un área de trabajo muy fructífero para el entendimiento de las nuevas modalidades, tanto sociales como políticas, de relación y promoción de ideas, de campañas políticas, de propuestas sociales o artísticas. Nuestro estudio pretende contribuir al desarrollo de dichos estudios sobre la importancia del análisis de este nuevo modo de hacer política, los cuales consideramos siempre crecientes, siempre móviles, siempre en estado de transformación, como el mismo soporte al que hacen alusión. Mismo, como describiremos a continuación y como ya mencionamos, partimos de la hipótesis de que este tipo de publicaciones (de tipo íntimas) fueron los posteos más utilizados por el candidato Mauricio Macri en Instagram y presuponemos que de la misma forma este tipo de publicaciones, fueron los contenidos más “likeados” o más populares.

Hipótesis

La hipótesis que buscamos responder con el presente trabajo, a través del análisis de los posts realizados por Mauricio Macri y su equipo de campaña en 2015, es la siguiente:

“La publicación de contenidos de tipo íntimo/familiar e íntimo/político (correspondientes a la llamada función de personalización) primaron en cantidad de posts y fueron los contenidos más “likeados” o populares, y por tanto más efectivo, de la cuenta de Instagram oficial del candidato Mauricio Macri”.

Objetivos generales

- Contribuir al análisis de Instagram y su utilización en las campañas electorales
- Profundizar sobre el estudio de la información que arroja el análisis de este soporte

Objetivos específicos

- Analizar los contenidos publicados en la cuenta oficial de Mauricio Macri en su campaña electoral de 2015
- Diferenciar los contenidos de los posts según la tipología de: Político, Político con vecinos, Político con empresarios, Íntimo/familiar e Íntimo/político, Publicidad directa de su marca política y En los medios
- Organizar y agrupar las publicaciones según la tipología de funcionalidad: Agenda, Politización, Personalización
- Examinar qué tipo de posts según la tipología de funcionalidad primaron durante la campaña electoral del entonces candidato
- Analizar qué tipo de publicaciones según la tipología de funcionalidad, contaron con un mayor nivel de aprobación por parte de la ciudadanía

Nuestra investigación analizará el material publicado durante la campaña presidencial de Mauricio Macri en 2015 en Argentina. Como se mencionó diferenciaremos los contenidos según nuestra tipología (Político, Político con vecinos, Político con empresarios, Íntimo/familiar e Íntimo/político, Publicidad directa de su marca política y En los medios) y agruparemos las publicaciones según nuestra tipología de funcionalidad (Agenda, Politización, Personalización). Buscaremos analizar los posts por lo que llevaremos a cabo

una descripción exhaustiva de los mismos y con el fin de compararlos (por mes), ilustraremos con gráficos de elaboración propia la información recopilada. Buscamos profundizar en el análisis e investigación de la información reunida en el Instagram oficial de Mauricio Macri, para corroborar o refutar nuestra hipótesis de que los contenidos más publicados fueron de tipo Íntimo/familiar e Íntimo/político y estos fueron al mismo tiempo los que más aceptación recibieron por parte de los seguidores del ex candidato. Como explicamos a continuación, partiremos de investigaciones, y escritos previos que han estudiado la herramienta de Instagram en campañas electorales de diversos candidatos.

Marco teórico

Recopilaremos diversas investigaciones y artículos que han analizado el incremento de la imagen, en nuestro caso en Instagram, en el discurso político (ya sea en campaña o en gestión). Los mismos resultan de suma importancia como punto de partida para nuestro estudio y posterior análisis de la campaña de Mauricio Macri en 2015.

Partimos en este apartado refiriéndonos a la importancia primaria de los candidatos y la primacía de su imagen y su exposición en las democracias actuales y retomamos a Raúl Trajo Delarbe quien en “El imperio del Marketing Político. Cuando las imágenes desplazan a las ideas”, escribe: “El mayor enemigo de un candidato, es el político” (Trejo Delarbe, 2000, p. 5). El autor se refiere a la primacía de la imagen por sobre la palabra y a la nueva forma de hacer política. Delarbe (Trejo Delarbre, 2000, c. p. Sartori, 1998, p. 115-116) transcribe:

En general, la cultura de la imagen creada por la primacía de lo visible es portadora de mensajes 'candentes' que agitan nuestras emociones, encienden nuestros sentimientos, excitan nuestros sentidos y, en definitiva, nos apasionan... la palabra produce siempre menos conmoción que la imagen. Así pues, la cultura de la imagen rompe el delicado equilibrio entre pasión y racionalidad. La racionalidad del homo sapiens está retrocediendo, y la política emotivizada, provocada por la imagen, solivianta y agrava los problemas sin proporcionar absolutamente ninguna solución. Y así los agrava.

“Cada plataforma es un contexto distinto en el que ponemos parte de nuestra identidad en juego o la dejamos de poner. Somos un poco lo que publicamos en Facebook, Twitter o Snapchat” (Infobae, 2016, 17 de noviembre). De esta forma, Julián Gallo, director de contenido y estrategia en Redes Sociales de presidencia de la nación en “Cómo usa las redes sociales Mauricio Macri, de acuerdo a su asesor”, se refería a la expansión de la identidad a

través de la utilización de distintas estrategias en las redes sociales. Según el especialista, hay que ser cuidadoso con el material publicado y el mismo tiene que responder a una determinada estrategia. Por su parte y en la misma línea, Santiago Castelo en su estudio de Política de Intimidad en Instagram, defiende la idea de que “la irrupción de internet y las redes sociales hizo que la personalización política adquiriera múltiples formas y expresiones” (Castelo, 2018, p. 3) . El autor, retomando a Langer, se refiere a la idea de la “politicización de la persona privada”: los líderes políticos cada vez con más frecuencia, hacen pública su intimidad (Castelo, 2018, c. p. Langer, 2010, p. 2). La investigación de Castelo, la cual estudia si los contenidos publicados en la cuenta de Mauricio Macri contribuyeron a su personalización y humanización, llegó a la conclusión de que la personalización de la campaña se hizo evidente con la presencia del candidato Mauricio Macri en prácticamente todos los contenidos (exceptuando algunas placas de campaña y fotos de Antonia sola, entre otros). Castelo expone la idea de que la familia del candidato resultó ser un actor clave en la campaña, participando de contenidos de humanización, pero también en acciones de movilización y agenda. Mismo el autor expresa que los contenidos que exhibieron la intimidad del candidato estuvieron entre los que consiguieron un mayor nivel de aprobación (a partir de la cantidad de likes).

David Selva-Ruiz y Lucía Caro-Castaño (2017), estudiando la utilización de Instagram como medio de comunicación política por parte de diputados españoles, se refieren a las pocas investigaciones relativas a esta plataforma y de su utilización como una herramienta “política”, a pesar de ser la red social con más crecimiento a nivel mundial y la segunda red en utilización en España (después de Facebook). Los autores llegan a la conclusión de que los diputados españoles utilizan conscientemente Instagram como sistema de comunicación política pero existe un cierto desaprovechamiento de sus posibilidades (más que nada de los partidos de la “vieja política”).

En la misma línea, Kirill Filimonov, Uta Russmann y Jakob Svensson, estudiaron la utilización de Instagram en las elecciones en Suecia en 2014. Refiriéndose a los resultados de un estudio de Estados Unidos y Gran Bretaña, defienden la idea de que los políticos utilizaron las redes sociales para presentarse ante el electorado. Su estudio busca responder a la pregunta de si Instagram se usó para (1) transmitir mensajes de campaña, (2) movilizar

seguidores, (3) administrar el partido imagen, y (4) amplificar y complementar otro material de campaña. Su investigación dio como resultado que la plataforma se usó principalmente para la transmisión y no para la movilización. La imagen que presentaban los partidos se inclinaba hacia la personalización con una fuerte presencia de los principales candidatos en sus publicaciones.

Como podemos observar, empiezan a tener lugar investigaciones basadas en la importancia de Instagram en la política para los políticos y para su imagen. Los escritos retomados sin embargo se refieren a una suerte de desaprovechamiento de los beneficios de la herramienta ya sea por lo reciente de su creación o por las prácticas clásicas de los antiguos partidos que no suelen variar en su forma de hacer política. Como veremos más adelante, en nuestro caso de estudio, el equipo de campaña de Mauricio Macri utilizó la herramienta de Instagram para presentar a Macri, para mostrarlo en familia, para mostrarlo con vecinos, para transmitir mensajes de campaña, para pedir sumarse a sus filas, para apelar al voto, etc. Macri “exprimió” los beneficios de la plataforma, de manera continua y bastante uniforme. Nuestra investigación se hará, como describiremos a continuación a través de una observación no participante desde una cuenta preexistente y seguidora de la cuenta oficial de Mauricio Macri. Analizaremos el material publicado para luego categorizarlo en las tipologías de: Político, Político con vecinos, Político con empresarios, Íntimo/familiar e Íntimo/político, Publicidad directa de marca política, o En los medios y luego organizarlo según las tipologías de funcionalidad: de Agenda, Politización o Personalización.

Metodología

Para esta investigación trabajamos con una metodología basada en el análisis cuantitativo y cualitativo. Nuestro cuerpo de estudio estuvo constituido por la recolección de las publicaciones realizadas en la cuenta oficial de Mauricio Macri (el relevamiento se realizó desde Junio a Noviembre de 2015, meses en los cuales transcurrió la campaña electoral de dicho año). Esta fue realizada a través de una observación no participante en Instagram, de

una cuenta ya existente y como *follower* o seguidora de la cuenta oficial del candidato del partido político Propuesta Republicana (PRO)¹.

La investigación se basó en la creación de un archivo de recopilación de las publicaciones. En primer lugar, dividimos los contenidos según el mes. Luego dentro de cada mes, analizamos las mismas según nuestra tipología de: Político, Político con vecinos, Político con empresarios, Íntimo/familiar e Íntimo/político, Publicidad directa de marca política, o En los medios. Recurrimos a la nombrada tipología ya que la misma nos permite categorizar el contenido publicado para su mejor estudio en sus diferentes variables. De la misma forma, dentro del análisis de cada mes incluimos el detalle de los acontecimientos relevantes de ese mes según el Calendario Nacional Electoral. Mismo, analizamos el espacio entre cada una de las publicaciones, el lenguaje empleado, la vestimenta, los colores utilizados por Mauricio Macri en las publicaciones correspondientes al mes, etc. También buscamos exponer a quien creíamos que estaban destinados los posteos, el rango de likes recibidos, la publicación más “likeada” y los sondeos de intención de voto para el candidato del PRO para el mes, según las encuestadoras más importantes del país.

Luego de esta primera etapa, dividimos los posteos de cada mes según distintas funciones:

- Función de agenda: comprende todos los posteos de recorridas con los correspondientes “encuentros casuales”, visitas, caravanas, actos o mítines políticos, participación en los medios, etc y de esta manera, incluye los posteos de las tipologías de Político, Político con vecinos, Político con empresarios y En los medios.
- Función de politización: referida a las promesas de campaña y de gestión y a la publicidad directa de su marca política. Comprende los posteos de Publicidad directa de marca política.
- Función de personalización: se corresponde con los posteos del candidato con su familia, fotos antiguas de él y fotos que aluden a sus hobbies y/o intereses y incluye los posteos correspondientes a la tipología de Íntimo/familiar e Íntimo/político.

¹ En 2015 conformó la alianza Cambiemos con la Unión Cívica Radical y la Coalición Cívica con la que ganó las elecciones presidenciales de 2015 por medio de balotaje y las gobernaciones de tres provincias (Buenos Aires, Jujuy y Mendoza)

Buscamos, como se explicó anteriormente, responder a nuestra hipótesis: las publicaciones correspondientes a la función de personalización, primaron en cantidad de posts y fueron los contenidos más “likeados” en el Instagram oficial del candidato Mauricio Macri.

Para poder iniciar nuestra investigación, necesitamos previamente leer bibliografía que se refieran al nuevo escenario político. Bernard Manin en 1998 escribió “Los principios del gobierno representativo”. Este reconocido libro nos permite entender mejor el panorama para empezar nuestra investigación y nos da herramientas para entender el tipo de gobierno en que tienen lugar, las nuevas formas de hacer política. La utilización política del Instagram y la importancia de la imagen y del yo privado, tienen lugar y existen por fenómenos como: la Crisis de representación, la Personalización del candidato, la Democracia de audiencia y la Consolidación del Marketing Político, entre otros.

La democracia de la imagen

Crisis de representación

Durante muchos años, la representación parecía basada en una poderosa y estable relación de confianza entre votantes y partidos políticos, con una vasta mayoría de votantes identificados y fieles a alguno de los partidos. Actualmente, sin embargo, es cada vez mayor el número de personas que cambian su voto de unas elecciones a otras y las encuestas de opinión muestran un número creciente de personas que se niega a identificarse con ningún partido existente. (Manin, 1998, p. 237).

Según el autor, en el pasado los electores votaban a un candidato respondiendo a una fidelidad a un cierto partido político en particular y cada partido solía presentar en las campañas un detallado programa de medidas o propuestas a llevar a cabo una vez en el poder. En este nuevo escenario político ambas partes cambiaron su conducta: los electores votan a candidatos a partir de ciertas cualidades personales y los partidos arman la propuesta de campaña poniendo el foco en los candidatos y sus cualidades deseadas a realzar o destacar. “Entonces la afectación de la democracia se verifica en la medida en que es más frecuente la presencia de campañas repletas de información banal de lo “político”. “Los partidos políticos formulan políticas que les permitan ganar elecciones en lugar de ganar elecciones con el fin de formular políticas.”” (Sanchez Murillo, 2003, p. 39).

La figura del candidato se presenta como “solución”. El en sí es la propuesta de gestión.

El candidato, en las últimas décadas, debe existir para ser observado, para simbolizar acciones y propuestas de su partido, deben comunicar información a través de sus personas. Además estos nuevos liderazgos de visibilidad demandan destrezas frente a los medios de comunicación, implican una estrategia electoral, la de dar a conocer el proyecto político a partir de la imagen del candidato. (Ariza, 2016, p. 3).

La ideología ya no es el elemento de diferenciación entre los partidos, ni siquiera las propuestas políticas, sino el aspirante al poder político (Sanchez Murillo, 2003, p. 43).

Personalización del candidato

Una de las consecuencias de la ya mencionada crisis de representación, es la personalización del candidato. Bernard Manin escribe que “los analistas llevan tiempo observando que en los países democráticos hay una tendencia a la personalización del poder” (Manin, 1998, p. 237). En los mismos, se vota principalmente y cada vez más a los candidatos y no a los partidos o a las distintas propuestas políticas (como se hacía en un pasado cercano). Sin embargo, el autor explica que “(...) los partidos políticos siguen desempeñando un papel fundamental ya sea proporcionando recursos tales como redes de contactos e influencias, la capacidad para la recolección de fondos, el trabajo voluntario de los militantes, etc” (Ídem). La personalización del candidato lleva a que cuestiones como, por ejemplo, la vestimenta, el atractivo, la forma de comunicarse, las cualidades percibidas, sean fundamentales para la victoria en una elección. De esta forma, son de común utilización por los equipos de campaña, los focus groups y los resultados de las encuestas para detectar los fenómenos que los ciudadanos consideran importantes y que un candidato debe poseer y así su posterior “fabricación” o “adecuación” al candidato en sí.

Por la forma de hacer política y el armado de las campañas electorales que incluye, no sólo la concentración de la campaña en la figura del candidato sino también una fuerte participación del mismo en las redes sociales, la relación entre el candidato y los electores nunca fue tan “personal” o cercana, como ahora.

En los últimos años la ciberpolítica se convirtió en una disciplina que ocupa su propio espacio en las campañas, que actúa de forma integrada a todo el proceso estratégico y comunicacional de la política. En un contexto donde la distancia es criticada, las redes sociales renuevan las formas de mediación política, convirtiéndose en una herramienta indispensable para lograr mayor transparencia,

cercanía y, sobre todo, involucramiento con los ciudadanos. El ingreso de los políticos en la web 2.0 aporta construye una relación más flexible y directa con el ciudadano, caracterizada por la informalidad. Internet, de esta manera, permite hablar a todos dirigiéndose de manera personal a cada uno. (Ariza, 2016, p. 4).

Según Manin (1998) (su libro es previo a la existencia de las redes sociales), la situación actual parece obedecer a dos causas:

- Los canales de comunicación política afectan a la naturaleza de la relación representativa: mediante la radio y la televisión (la televisión otorga especial realce y fuerza a la individualidad de los candidatos), los candidatos pueden, de nuevo, volverse a comunicar directamente con sus circunscripciones sin la mediación de la red del partido. Los candidatos exitosos según el autor son los personajes mediáticos, personas que tienen un mejor dominio de las técnicas de la comunicación mediática que otras. Para Manin, el activista político y el burócrata de partido fueron reemplazados por una nueva élite de expertos en comunicación.
- El creciente papel de las personalidades a costa de los programas es una respuesta a las nuevas condiciones en las que los cargos electos ejercen su poder. A los candidatos les resulta más difícil efectuar promesas detalladas: los programas que así lo intentaran se convertirían en torpes e incomprensibles. El autor se refiere a que el entorno al que ha de enfrentarse cada gobierno es el resultado de las decisiones tomadas por un creciente número de agentes, por lo que los problemas que han de afrontar los políticos una vez en el cargo se vuelven cada vez más impredecibles. “La naturaleza y el entorno de la actividad gubernamental moderna exigen, por lo tanto, poderes discrecionales, cuya estructura formal puede ser comparada a la antigua noción del poder de prerrogativa” (Manin, 1998, p. 237) Según Manin, y de esta manera, se puede afirmar que los gobiernos contemporáneos precisan poderes discrecionales respecto de los programas políticos, ya que aumenta la dificultad de prever todos los acontecimientos a los que el gobierno ha de dar respuesta. Si las circunstancias actuales exigen cierta forma de poder discrecional, es lógico que los candidatos presenten sus cualidades personales y sus aptitudes para tomar buenas decisiones más que atarse las manos con promesas concretas.

Democracia de audiencia

Mismo, Bernard Manin (1998) en su escrito “Los principios del gobierno representativo”, estudia el paso de la “Democracia de partidos” a la “Democracia de audiencia”. La primera, en los siglos XIX y XX, se corresponde a la democracia en que los ciudadanos ya no votan a alguien a quien conocen personalmente, sino a alguien que lleva los colores de su partido. Frente a la expansión del electorado por la extensión del derecho al voto, el contacto directo entre candidatos y representados se hizo difícil sino imposible. Los partidos políticos de esta manera, fueron creados con el objetivo de movilizar a un electorado ampliado, los ciudadanos tienen confianza en el partido y en el candidato que representa a su partido. Se sienten, como explica Manin, pertenecientes a una comunidad en común. Prueba de este fenómeno, es el notable fenómeno de estabilidad electoral. Situación que tuvo lugar hasta 1970. Recientes estudios según Manin, demuestran que este ya no es el caso: las preferencias en la elección de la votación ya no son resultado de características sociales, económicas y culturales de los votantes, lo que lleva a que los resultados electorales varían significativamente de una elección a otra.

Ante una sociedad más compleja, la emergencia de los medios como actores relevantes y fundamentales en las campañas electorales y, como explica Francisco Domínguez, la aparición del sufragio electoral (Domínguez, 2017, p. 17), se consolida la “Democracia de audiencias”. Los ciudadanos votan a un candidato a partir de su personalidad y cualidades percibidas y ya no a un representante de un partido político. Manin se refiere a este tipo como el tipo ideal de democracia centrada en los medios. En este tipo de democracia, los candidatos arman sus campañas a partir de unas reglas impuestas y defendidas desde los medios. Los medios (al que se los suele llamar “cuarto poder”, después del poder ejecutivo, poder legislativo y poder judicial), se comportan como los nuevos mediadores, aunque a veces como defensores de un candidato, (papel que antes tenían los partidos políticos).

Formalmente, los ciudadanos y el sufragio siguen siendo el motivo y la fuente de legitimidad de los sistemas políticos. Pero ni el trato entre políticos y ciudadanos ni, en ocasiones, la relación entre la gente y los asuntos públicos son tan directos como antaño. Los medios de comunicación se han convertido en los mediadores políticos más importantes, desplazando en esa función a los partidos. (Trejo Delarbre, 2000, p. 21).

Es importante remarcar que este tipo de democracia no parece tener lugar en el mundo de las redes sociales, donde los candidatos o mejor dicho sus equipos de campaña, buscan y tienen una relación directa con sus seguidores y posibles votantes. Facundo Romero en su texto “La política en Youtube: la campaña de Macri durante las elecciones 2015”, llama a este nuevo tipo de democracia como “Democracia Convergente”:

Si antes se podía hablar de democracias audiovisuales, en las que el vínculo entre los políticos y los ciudadanos se gestiona en un living de televisión y las campañas eran organizadas en función del medio televisivo, podemos pensar ahora en una democracia convergente, en la que los medios masivos no dejan de ser parte central de las campañas, pero los candidatos se encuentran con los ciudadanos en los nuevos medios, y los usuarios de internet interpelan a los políticos y debaten entre ellos a través de diversas plataformas. (Romero, 2016; p. 2).

Podríamos referirnos así a una vuelta a la Democracia previa a la “Democracia de partidos”, donde los candidatos tenían un vínculo cercano y de cara a cara con los votantes y los ciudadanos. Aunque en este nuevo tipo de modelo, el vínculo sea a partir de una pantalla y tenga como mediadores a las redes sociales, el candidato parece haber encontrado la forma de entablar un vínculo y una relación directa con sus votantes. Este logro de las democracias modernas, es resultado de la innovación de la tecnología, de la creación de las redes sociales y su ilusión de individualización (uno siempre cree ser interpelado directamente) y de la incorporación de nuevos actores centrales en el armado de las campañas electorales.

Consolidación de Marketing político

En relación con la mencionada “Democracia Convergente”, es importante profundizar en la incorporación de nuevos actores centrales en los equipos de campaña. Junto a los clásicos y antiguos burócratas que se encargan de cuestiones como la conformación de las listas, las alianzas políticas, la organización de los mítines electorales, la incorporación de voluntarios, ahora y cada vez más están teniendo un importante lugar los especialistas en marketing, en comunicación, en oratoria, en encuestas, en publicidad, en diseño, en fotografía. Estos profesionales se encargan de nuevas cuestiones de suma importancia como la propaganda política, el análisis de discurso, son responsables de la forma en la que se viste, se presenta, se comunica y se desenvuelve el candidato, la lectura de las encuestas y su traducción para la campaña.

Como resultado de la crisis de representación, la personalización del candidato y la consolidación de la Democracia de Audiencia, es importante remarcar que la política hoy en día es concebida desde una perspectiva comercial y comunicativa. Hablamos así de la consolidación del marketing político. Lo que se busca es principalmente “vender” al candidato y que los “clientes”, los votantes, lo compren. La comunicación jamás fue tan protagonista. En una era en donde los candidatos y/o políticos tienen cuentas de Instagram, Facebook, Twitter, la comunicación se constituye como la herramienta básica del posicionamiento estratégico. La misma se utiliza para hablar en términos reales con los ciudadanos (cosa que en un pasado cercano nunca se consideró posible), mostrar acciones, y hasta mostrar momentos íntimos de los políticos (los votantes tienen una especial debilidad por el aspecto emotivo, por la “familia perfecta”). Los distintos posts, dónde realiza mítines el candidato, en qué barrios hace recorridos, con qué vecinos se reúne, con qué políticos y famosos sube fotos, que vestimenta utiliza, todo está pensando en detalle estratégicamente para comunicar algo concreto. Todo tiene un sentido y busca adquirir determinada interpretación. El PRO fue pionero en entender el nuevo rumbo y la nueva forma de hacer política.

Casi se podría decir que las nuevas tecnologías y la publicidad política constituyen una estrategia central de este partido nuevo, que encuentra así la posibilidad de llegar donde sus redes partidarias no alcanzan. Por ello, el PRO primero y Cambiemos² después, se convirtieron en objetos de interés y casos de estudio para la comunicación y el marketing político. (Castelo y Fernández de Losada, 2019, p. 63).

Después de referirnos a las importantes definiciones de Manin y de incluir un análisis de sus ideas en nuestra tesis, podemos empezar a describir a nuestro candidato. Escribiremos una breve bibliografía de Mauricio Macri para conocer sus orígenes y para poder entender mejor su arribo a la política y a su posterior presidencia. Realizaremos de la misma forma, una descripción de las Campañas presidenciales en Argentina, las PASO y la posibilidad de Balotaje.

Macri y su llegada a la política

² Cambiemos fue una alianza junto a la Unión Cívica Radical y la Coalición Cívica con la que Mauricio Macri y el PRO ganaron las elecciones presidenciales de 2015.

Breve bibliografía de Mauricio Macri

Mauricio Macri nació el 8 de febrero de 1959 en la ciudad de Tandil, Buenos Aires, Argentina. Hijo de padre italiano y madre argentina con ciudadanía española, es el mayor de seis hermanos (una ya fallecida y otra reconocida como hija legítima de Franco Macri después de su muerte). Mauricio cursó sus estudios primarios y secundarios en el reconocido Colegio Cardenal Newman, un colegio de clase alta de la provincia de Buenos Aires, para luego estudiar en la Universidad de Columbia en Nueva York, en la Universidad de Pennsylvania en Filadelfia, y en la Universidad de Estudios Macroeconómicos en Argentina estudios en Economía y Finanzas. Macri es además licenciado en Ingeniería Civil por la Universidad Católica Argentina.

Su primera experiencia en el mundo laboral fue en Sideco Americana S.A, empresa dedicada a la construcción civil, fundada por su abuelo Giorgio Macri (uno de los empresarios más importantes de Argentina) y por medio de la cual realizó numerosas construcciones de importantes capitales privados. Macri se desempeñó como analista junior y luego como analista senior. En 1983 Macri fundó con su amigo Nicolás Caputo (primo hermano de Luis Caputo, ministro de finanzas durante la gestión Macri), la empresa Mirgor S.A. dedicada a fabricar sistemas de climatización y aire acondicionado para vehículos. El ex presidente se retiró de la empresa en 1994, siguiendo su carrera laboral en empresas como Citibank y Grupo Macri, desempeñándose en el departamento de crédito para luego trabajar en la automotriz Sevel como vicepresidente y luego como presidente.

En 1991, a sus 32 años, Macri fue secuestrado por una banda de delincuentes pertenecientes a la Policía Federal y mantenido cautivo por un periodo de 12 días. El líder del PRO fue liberado tras el pago de seis millones de dólares (el mismo fue entregado por su amigo Nicolás Caputo con la ayuda del chofer personal de Macri). El secuestro del empresario fue un hecho de notable repercusión en el país. Hoy, Macri recuerda aquella angustiada experiencia como un hecho que "cambió mi vida por completo". Según Jorge Sosa en "Mauricio" (El Cronista, 2015): "Hubo dos hechos que cambiaron la vida personal y política de Mauricio Macri. Imposible contar su historia sin tener en cuenta ese secuestro extorsivo, a manos de la "Banda de los comisarios", y de su paso por la presidencia de Boca Juniors, que

le dio ese barniz de popularidad que sólo el fútbol puede dar”. Macri empezó a tener repercusión social y mediática en la Argentina (por fuera del mundo empresarial) a partir de su presidencia de 13 años en el club de fútbol Boca Juniors (esta fue una de las etapas con más triunfos del club: Boca se alzó con 17 copas, entre ellas 11 internacionales).

Su arribo a la presidencia. Contexto electoral

Luego de su paso por el reconocido equipo de fútbol, Macri inició su carrera en la política. Entre 2005 y 2007 fue Diputado en Capital Federal y entre 2007 y 2015, Jefe de Gobierno de Capital Federal. En 2003, Macri creó el partido “Compromiso para el Cambio”. El mismo se convirtió, en 2007, en la alianza “Propuesta Republicana” (PRO). En 2015, el PRO formó alianza con el ARI (Coalición Cívica para la Afirmación de una República Igualitaria) y la UCR (Unión Cívica Radical) para formar “Cambiamos”, fórmula que compitió con el Frente para la Victoria (el partido de los Kirchner) encabezado por Daniel Scioli en las elecciones para presidente de Argentina en 2015. Mauricio Macri se alzó con la presidencia de la Argentina el 10 de diciembre de 2015, tras haber ganado las elecciones en balotaje y reunido un 51,34% de los votos. Macri fue el primer presidente en ganar las elecciones desde 1916 no perteneciendo a ninguno de los partidos tradicionales (Unión Cívica Radical y Partido Justicialista) y también en ganar la presidencia sin ganar en la provincia de Buenos Aires (la misma es la provincia con mayor cantidad de votantes y también se caracteriza por ser un fuerte bastión justicialista donde en las elecciones de 2015 y, como era de preveer, se impuso la fórmula Scioli-Zannini). Es importante señalar que Macri contaba con un fuerte aparato partidario en CABA y en parte de la provincia de Buenos Aires (en esta última competía por la gobernación su mano derecha, María Eugenia Vidal quien contaba con un fuerte nivel de aceptación por parte de la ciudadanía), no así en el resto de las provincias (con la excepción de Santa Fe y Córdoba). Macri era conocido (principalmente como resultado de su pasada presidencia en Boca Juniors), pero contaba con una fuerte desconfianza por parte de gran parte de la sociedad. Era criticado y prejuizado por su historia, su pasado, sus recursos, etc. En este contexto, Macri y su equipo de campaña supieron llevar a cabo una campaña por lo menos inteligente, en dicho momento, con una estrategia de fuerte rasgo emotivo, una campaña de “cercanía” y “empatía” con la sociedad, sin propuestas políticas claras ni defensas ideológicas y con un fuerte énfasis en las redes sociales. Como ya mencionamos,

Macri y su alianza política, Cambiemos, no contaban con una estructura partidaria consolidada ni con un fiel segmento seguidor por fuera de CABA y de Buenos Aires, razón por la cual fue tan importante para el equipo de campaña de Macri, tener llegada a distintos puntos del país a través de las redes sociales. Francisco Domínguez (2016) le realizó una entrevista a Mariano Tato, asesor y consultor en Marketing Político de Mauricio Macri quien explicó:

La idea fue centrarse en las redes sociales, teniendo en cuenta que el 32% del electorado es digital, porque la tecnología permite segmentar con precisión porque tenés vehículos que te muestran la segmentación. Por ejemplo, Instagram te dice la gente qué le gusta ver y YouTube lo que quieren ver y escuchar. La idea principal fue tratar de des-mediatizar (sin intermediarios) para llegar de forma masiva, directa e inmediata con mensajes puros, sin la interpretación de los medios (Mariano Tato, entrevista personal por Francisco Domínguez, 20 de mayo de 2016).

El objetivo fue llevar a cabo una campaña fuertemente personalizada y centrada en la figura de Macri quien se presentaba como el oponente a la política del enfrentamiento, del hostigamiento, del enojo, de la represalia (adjetivos que se le solían otorgar a la gestión Kirchnerista), etc. Macri se posicionó como el antagonista de Cristina Kirchner, refiriéndose continuamente a la necesidad de cambio para una Argentina mejor. Él mismo se presentaba como el cambio, por eso la elección de su nombre de alianza política: “Cambiemos”. “En el caso del líder del PRO y como se lee en “La victoria de Macri en Argentina, una lección de marketing político”, el concepto que guía toda su campaña es “el cambio” (Centro Político, 2015: 30 de noviembre). Su eje de campaña estuvo puesto en no temer a lo nuevo y en animarse al cambio.: “Macri fue la caricia luego de que Cristina te pegó en la cabeza. La caricia coincidió en el tiempo de la elección. Macri capitalizaba los errores del otro, las debilidades de su enemigo y se hacía más fuerte de a poco, con pequeños pasos” (Mariano Tato, entrevista personal por Francisco Domínguez, 20 de mayo de 2016) .

En un escenario de fuerte hartazgo de la sociedad después de 12 años de Kirchnerismo, Macri se buscaba presentar como el cambio para una Argentina mejor, para una Argentina necesitada del cambio. La idea era diferenciarse de Scioli a quien definía y acusaba como la continuidad de la política Kirchnerista. Mariano Tato explicó:

La campaña de Macri se basó en “yo sé, yo puedo hacer las cosas bien, soy el vector de cambio, de esperanza, el vector inspiracional y aspiracional”. Giró en torno a su éxito como empresario y presidente de Boca lo que lo posicionó en la

mente de los consumidores y permitió utilizar esas ventajas como punto de partida. El éxito es cada vez más exitoso. (Mariano Tato, entrevista personal por Francisco Domínguez, 20 de mayo de 2016) .

El ex presidente y su equipo de campaña buscaron llevar adelante una campaña más “humana”. Macri tuvo una postura de acercamiento para con los vecinos y llevó a cabo una política de “apertura” de su intimidad. Famosos fueron sus timbreos, recorridos y visitas a casas particulares, donde el ex presidente, primero en CABA y en Buenos Aires, después en distintos puntos del país, busco presentarse él en persona, dialogar con los ciudadanos y escuchar sus inquietudes. De estos encuentros salieron las fotografías que le permitieron a Macri hacer campaña en las redes sociales a partir de su campaña de cercanía.

Mauricio Macri participó de la tendencia general en las campañas electorales contemporáneas, en las que la dinámica ha dejado de ser la de convocar a la ciudadanía a un acto organizado en torno al discurso del candidato, para pasar a ser los candidatos quienes “van a buscar” a los ciudadanos. Pero no solo participó de esta tendencia, sino que hizo de ella el eje de su discurso de campaña, y además mostró presencias anticarismáticas con rasgos llevados al extremo (Annunziata, 2018; p. 74).

De la misma forma, sus asesores de campaña descubrieron que a Macri le gustaba este modo de hacer política. Así lo explicó uno de ellos, Sebastián Campanario, en “¿Cómo se gestó la campaña publicitaria de Cambiemos?” "Vimos que, contra todos los preconceptos, Mauricio es muy bueno en el mano a mano, mucho mejor que en situaciones grupales, donde a veces está incómodo. Desde entonces, el 90% de las piezas se hicieron con gente real, sin extras, sin guiones preparados" (Politicargentina, 2015, 19 de diciembre). Además respondiendo a su política de campaña de cercanía y apertura, fueron comunes las publicaciones de Macri de tipo íntimo o familiar e íntimo y político (constituyen el foco de nuestra hipótesis y análisis). Según Santiago Castelo (2018), los familiares de Macri (su mujer, su madre y su hija), aparecieron en 31 de las publicaciones del ex presidente, siendo Antonia, su hija, la que mayor presencia tuvo (20). Como explica el autor, el papel de Juliana, su mujer, fue aportar a la “humanización” de Macri. El autor retoma a Baer (2004) quien explica:

Having your spouse on the campaign trail is the most visible endorsement of your candidacy. It says to audiences, My wife or my husband is supportive of what i'm doing. We like to know the character of a candidate, and we put his or her family in that particular basket (Tener a su cónyuge en la campaña electoral es el respaldo más visible de tu candidatura. Le dice al público: Mi esposa o mi esposo apoyan lo que estoy haciendo. Nos gusta conocer el carácter de un candidato, y ponemos a su familia en esa canasta en particular). Y por otro lado la utilización de Antonia, según Castelo quien retoma a Langer (2010) contribuye a

construir la imagen de padre: public fatherhood [...] can help to infuse a leader's persona with key leadership attributes such as kindness and reliability while at the same time reinforcing authoritativeness" ("la paternidad pública [...] puede ayudar a infundir la personalidad de un líder con atributos de liderazgo clave como amabilidad y confiabilidad, al mismo tiempo que refuerza la autoridad).

La imagen de Antonia fue también utilizada con distintas imágenes (obteniendo muchos "likes"), apelando directamente al voto. (Santiago Castelo, 2018, p. 20)

Como bien explica Francisco Domínguez (2016), en su tesis sobre "La campaña presidencial de Mauricio Macri":

La situación económica del país era compleja pero no caótica, es decir, había cierta estabilidad pero estancamiento de una economía regulada y ficticia que se encontraba en una situación de enorme desequilibrio macroeconómico expresado en el cepo cambiario (dólar retrasado), déficit comercial y fiscal, restricción de las importaciones, retenciones y economías regionales seriamente perjudicadas. (Dominguez, 2016; p. 40).

Es importante mencionar y como también explica Domínguez, que, sin embargo, la sociedad no se encontraba en una situación de profundo malestar o crisis continua ya que desde el Estado se manejaba una fuerte política subsidiaria que beneficiaba a clases bajas y medias, existía de la misma manera un estable consumo por parte de la sociedad de bienes y servicios, y además los sueldos se solían actualizar continuamente frente a la inflación, etc.

Dentro de la política, existía una fuerte afinidad y pertenencia kirchnerista que rondaba el 35% del electorado y numerosos y diversos partidos de minorías como la izquierda o el socialismo, los cuales juntaban aproximadamente el 15%. El 50% restante no lograba ser captado por ningún partido. Por lo que el otro partido tradicional de la Argentina, el radicalismo hizo un acuerdo con el PRO, lo que dió lugar a Cambiemos. (Dominguez, 2016, p. 40). La campaña electoral en Argentina en 2015 se peleó en un escenario prácticamente monopolizado por la fórmula del PRO (Macri - Michetti) y la fórmula del Kirchnerismo (Scioli - Zannini). Por más de que numerosos pero minoritarios partidos lograron rescatar un número significativo de votos, la verdadera lucha por el poder se dió entre estas dos fórmulas. El resultado fue tan ajustado que Macri se hizo con la presidencia por una escasa diferencia de 700.000 votos en un territorio de más de 40 millones de Argentinos. Macri asumió la presidencia con un 51,34 % de los votos (12.988.349) contra un 48,66% que logró juntar Scioli (12.309.301).

Campañas Presidenciales en Argentina. PASO y posibilidad de balotaje.

Según la Constitución Argentina (La misma fue aprobada en 1953. Los diferentes textos de la Constitución han sufrido numerosas modificaciones, habiendo sido la última en 1994) y su apartado “De la forma y tiempo de la elección del Presidente y vicepresidente de la Nación”

Artículo 94.- El Presidente y el vicepresidente de la Nación serán elegidos directamente por el Pueblo, en doble vuelta, según lo establece esta Constitución. A este fin el territorio nacional conformará un distrito único.

Artículo 95.- La elección se efectuará dentro de los dos meses anteriores a la conclusión del mandato del Presidente en ejercicio.

Artículo 96.- La segunda vuelta electoral, si correspondiere, se realizará entre las dos fórmulas de candidatos más votadas, dentro de los treinta días de celebrada la anterior.

Artículo 97.- Cuando la fórmula que resultare más votada en la primera vuelta, hubiere obtenido más del cuarenta y cinco por ciento de los votos afirmativos válidamente emitidos, sus integrantes serán proclamados como Presidente y vicepresidente de la Nación.

Artículo 98.- Cuando la fórmula que resultare más votada en la primera vuelta hubiere obtenido el cuarenta por ciento por lo menos de los votos afirmativos válidamente emitidos y, además, existiere una diferencia mayor de diez puntos porcentuales respecto del total de los votos afirmativos válidamente emitidos sobre la fórmula que le sigue en número de votos, sus integrantes serán proclamados como Presidente y vicepresidente de la Nación.

Las elecciones PASO (Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias) (no incluidas en la Constitución Nacional), fueron introducidas en la política electoral en 2009. Estas tienen lugar en agosto, previas a las generales de octubre. Según, “En defensa de las PASO” (Infobae, 2019; 10 de diciembre):

Las mismas rigen para todos los cargos del orden nacional y obligan a todos los ciudadanos y los partidos políticos a resolver las candidaturas en una única fecha; imponen un piso de 1,5% de los votos para competir en las elecciones generales. La mitad de las provincias ya adhirió a este sistema que, según sea el caso, se aplica de manera desdoblada o unificada con la elección nacional. Además, las provincias

establecen reglamentaciones específicas para su funcionamiento en las categorías de cargos provinciales y municipales.

Las PASO, un reciente invento argentino, fueron utilizadas por primera vez en las elecciones de 2011. Es importante reconocer que las PASO (que suelen ser muy criticadas por generar hastío en la población que se ve obligada a votar una vez), brindan una suerte de estructura y orden ya que permiten organizar las alianzas políticas (a partir de los resultados obtenidos por los distintos partidos) como también eliminar candidatos para las elecciones generales y de esta manera, simplificar la oferta electoral. Las PASO fueron las elecciones determinantes para la victoria de Macri en 2015. En las PASO y en contra de todos los pronósticos, Macri logró hacerse con un 30% de los votos. El líder la fórmula K, Daniel Scioli no logró llegar al 40% de los votos (como se explicó en la Argentina se necesita más de un 45% de los votos o un 45% con 10 puntos de diferencia sobre el segundo para hacerse con la presidencia). La decepción para el Kirchnerismo fue profunda ya que esperaban por lo menos un caudal de votos de un 40%. Macri, por su parte, arrasó en su interna (frente a Lilita Carrio y Ernesto Sanz) y se posicionó a menos de 2 dígitos de su principal contrincante. Los resultados electorales de Macri permitieron posicionarlo como el principal opositor de Scioli y la fórmula a vencer para hacerse con la presidencia. Macri logró a partir de sus resultados, generar la sensación de que podía dar pelea en octubre, ganar y hacerse con la presidencia. Como veremos más adelante en el análisis, los posteos del ex presidente a partir de este mes fueron más continuos y con tintes más efusivos, esperanzadores y de estilo más combativo por la presidencia. La carrera y la pelea ya había comenzado y Macri y su equipo de campaña lo supieron plasmar en su Instagram. La carrera electoral de ahí en más fue en clave de iguales (Macri vs Scioli) y la forma de hacer campaña por parte del ex presidente fue más directa, agresiva. Fueron de común utilización sus frases cortas, simples y repetitivas, suerte de “slogans” que supieron generar cierta simpatía y traducirse en votos para el líder del PRO.

Volviendo a las campañas electorales y en relación con la publicidad electoral de cada uno de los partidos, cada partido que se presenta en las elecciones, de acuerdo a lo dispuesto en la Ley n° 26.571 de Democratización de la Representación Política, Transparencia y la Equidad Electoral, la Ley n° 26.215 de Financiamiento de los Partidos Políticos y el Decreto n° 1142/15 y sus modificatorios, participa de un sorteo público de asignación de espacios de publicidad electoral para las Elecciones. Según, “Publicidad electoral en servicios de

comunicación audiovisual” (Argentina.gob.ar), los servicios de comunicación audiovisual afectados a emitir publicidad electoral durante una campaña electoral son aquellas emisoras de TV abierta, TV por cable, Señales Nacionales, radios AM y FM, habilitadas por ENACOM (Ente Nacional de Comunicaciones). Los mismos deben ceder de manera gratuita el cinco por ciento (5%) de 12 horas de transmisión (2.160 segundos por día). Mismo, de acuerdo a la legislación argentina, 48 horas antes de las elecciones se da lugar a la “veda electoral”. La misma consiste en una prohibición de publicidad partidaria que busque la captación del voto (como se verá en el análisis, Macri durante los días de veda publicó fotos de tipo Íntimo/familiar). Según informa la Cámara Nacional Electoral (CNE), la veda impide llevar a cabo cualquier actividad de campaña y difusión de mensajes proselitistas a través de los medios de comunicación impresos y digitales, televisivos y radiales. Tampoco permite "publicar o difundir encuestas y proyecciones sobre el resultado de la elección durante la realización de los comicios y hasta tres horas después de su cierre": “Veda electoral: que está prohibido y cuáles son las multas y sanciones ” (Infobae, 2019, 10 de agosto).

Un punto aparte son las redes sociales, ya que cuando se diseñó el Código Electoral las mismas no existían por lo que parecieran no estar contempladas en esta legislación. En el artículo nombrado y sin embargo, Sebastián Schimmel (secretario de la CNE en el 2019), explicó:

Las redes abiertas (como Facebook, Twitter o Instagram) están igualmente alcanzadas por la limitación. Las prohibiciones rigen tal como en los demás medios de comunicación (Infobae, 2019, 10 de agosto). En lo que sea comunicación interpersonal como un WhatsApp entre dos particulares, allí no podemos inmiscuirnos, salvo que haya publicidad formal y contratada que sí está prohibida. Pero en una red abierta, como Facebook o Twitter, cuando la cuenta no está cerrada, las prohibiciones rigen tal como en los demás medios de comunicación. En este sentido, remarcó que están prohibidas la publicidad y las publicaciones proselitistas que buscan la captación de sufragio de los votantes. De todos modos, aclaró que, en lo que se refiere al contenido, a veces puede ser difícil determinar si un contenido constituye un acto proselitista o no: *Cómo funciona la veda electoral en las redes sociales* (Infobae, 2019: 9 de agosto) .

Nos remitimos a las publicaciones ya mencionadas que el candidato del PRO realizó durante estos periodos. Las mismas fueron de tipo íntimo y privado. Como analizamos, este tipo de posteos responden a una estrategia que le resultó efectiva a Macri, mostrándose como papá, marido, etc. El candidato buscó crear un vínculo de cercanía y mostrarse como uno más. Este

tipo de publicaciones obedecieron a la legislación pero no dejaron de hacer política. Responden a, como ya mencionamos, el nuevo tipo de quehacer político.

La espectacularización de la intimidad se encuentra como nunca al servicio de la representación de proximidad. En el mismo sentido, las redes sociales resultan un dispositivo de comunicación especialmente orientado a destacar las características humanizantes y personales de los políticos y facilitan la “intimización” en política(Annunziata, Ariza y March, 2017; p. 73).

La intimización se busca y se pretende a partir de estos posteos, lo que se busca es que los argentinos se identifiquen, “sientan” algo viendo a Macri jugando con su hija o pasando un día de campo con su familia. El objetivo es generar una reacción, una emoción, una empatía y un voto. Mariano Tato explicó:“La clave estuvo en tocar las fibras sensibles de las personas porque el argentino es muy influenciado y le da muchísima importancia a la personalidad del candidato y las emociones. Por eso es fundamental gastar mucha plata en estrategias comunicacionales que toque los sentimientos y generen emociones”. (Mariano Tato, entrevista personal por Francisco Domínguez, 20 de mayo de 2016).

Es importante mencionar que a partir de mayo de 2019 y por una nueva incorporación a la Ley N° 26.215 (Ley de financiamiento de los partidos políticos),

La Cámara Nacional Electoral llevará el registro de las cuentas de redes sociales, sitios de internet y demás canales digitales de comunicación de los precandidatos, candidatos, agrupaciones políticas y máximas autoridades partidarias. Los representantes legales de los partidos políticos reconocidos, confederaciones y alianzas vigentes deberán inscribir ante este registro los datos de identificación de los respectivos perfiles. Asimismo, en ocasión de cada proceso electoral los apoderados de lista registrarán dichos datos respecto de los precandidatos y candidatos oficializados. Además, Junto con las rendiciones de cuentas que presenten las listas y las agrupaciones políticas participantes en los comicios deberá acompañarse el material audiovisual de las campañas en internet, redes sociales, mensajería y cualquier otra plataforma digital (Infoleg, 2019: 31 de mayo).

Luego de estudiar y conocer al ex presidente Mauricio Macri y de describir el funcionamiento de las campañas electorales en Argentina así como de su contexto político, nos parece importar dedicar un apartado a la historia de nuestra red social elegida. Nos dedicaremos a analizar el origen y funcionamiento de Instagram, para luego iniciar el análisis de la campaña electoral de Mauricio Macri mes a mes, para hacerse con la presidencia de la Argentina en 2015.

Introducción al análisis:

¿Qué es Instagram?

Nos gustaría comenzar la sección del análisis describiendo brevemente la herramienta sobre la cual erigimos todo el trabajo. Este año se cumplen diez años del surgimiento de esta red social. “Las redes sociales son las redes de relaciones que establecemos y por medio de las cuales formamos nuestra personalidad, expresamos nuestra identidad y participamos en interacciones sociales”: “¿Sociología y “redes sociales?” (Sociologiayredesociales, 2010, 16 de octubre). Las redes sociales existían previo al surgimiento de internet, como redes de negocios, redes familiares, redes de amistades, etc. “Si Durkheim viviera en esta época, probablemente escribiría en su muro de Facebook y en Twitter: “Las Redes Sociales de Internet son un Hecho Social”. (Sociologiayredesociales, 2010, 16 de octubre). El autor (2010), en este escrito explica que Durkheim, se refería a la noción de “Hecho social: “los Hechos sociales (...) consisten en formas de obrar, pensar y sentir, exteriores al individuo y están dotados de un poder de coacción en virtud del cual se imponen” (Durkheim, 1895: p. 38-39). Entonces ¿Por qué las redes sociales se pueden considerar como un Hecho social? Porque la función de las redes sociales es facilitar la comunicación y crear una comunidad a partir de compartir fotos, intereses, formas de actuar, de pensar, etc. Las redes sociales inciden justamente en las “formas de obrar, pensar y sentir”, y la manera en que afectan las relaciones entre los individuos creándose ‘comunidades’ con sus propias normas o reglas.



Volviendo a las redes sociales “como las conocemos”, las mismas nacieron a fines el siglo pasado con la emersión de la Internet: “Para saciar la curiosidad, conoce la historia de las redes sociales!”. (rockcontent, 2017, 27 de diciembre). Fue en el 1995 que la idea de red

social emigró hacia el mundo digital y comenzó a tener forma a partir de una página web. La primer red social. classmates.com, ofrecía (y sigue ofreciendo) la posibilidad de encontrar a tus amigos o compañeros de jardín, primaria, secundaria y la universidad.

Instagram, según “Instagram: 10 años de fotografía” (nobbot, 2020, 24 de febrero), cuenta ya con más de 1.000 millones de usuarios activos y se calcula que dentro de los mismos, 500 millones la utilizan todos los días. Como se explica en el nombrado artículo, la idea de los creadores de la app, Kevin Systrom y Mike Krieger, era crear una red social que permitiese hacer planes, registrarse en lugares y luego compartir fotografías de la experiencia. Después del análisis de un estudio en el que descubrieron que los usuarios iban directamente al final (compartir fotografías), decidieron reformular su idea inicial de la red social. En octubre de 2010, nació Instagram en forma de red social y App. Dos meses después, Instagram ya contaba con más de un millón de usuarios registrados. En 2012, Mark Zuckerberg (el fundador y dueño mayoritario de Facebook) compró la red social por 1.000 millones de dólares.



Las redes sociales, han tenido un gran impacto en nuestras vidas. Internet y la utilización de las redes sociales han cambiado la forma en que nos posicionamos, nos presentamos, nos comunicamos, nos escribimos, en cómo pensamos, en cómo nos relacionamos, etc. “Te acercamos a las personas y las cosas que te encantan”, declara IG.

Las redes sociales se supieron abrir también camino en el mundo de la política. Son muy pocos los políticos que eligen no tener participación ni voz en el nuevo mundo digital. Como explica Julián Gallo, director de Contenido y estrategia sociales de la Presidencia de la Nación: "Es posible no estar en las redes sociales. Lo que no es posible es que esa ausencia no genere una opinión": “Como usa las redes Mauricio Macri, de acuerdo a su asesor”. (Infobae, 2016, 17 de noviembre). “Mauricio Macri es uno de los líderes argentinos con más seguidores en las redes sociales” (Annunziata y cols., 2017: p.77).

Actualmente, Macri cuenta con más de un millón de seguidores en esta red social. El ex presidente, además, “De los candidatos presidenciales de 2015, es «quien logró una

incorporación más efectiva de estos nuevos medios digitales, logrando de esta manera un vínculo más directo y emocional con el usuario-ciudadano» (Ariza, 2016, p. 2). Las redes constituyen un medio de comunicación. Se concibe como imposible no hacer campaña electoral en las redes. Es importante e imprescindible ajustarse a esta nueva realidad, ya que como explicó Mariano Tato: "El 67,5 por ciento del electorado es usuario de las redes sociales. El 9 por ciento es influenciado y toma información política de ellas. Y el 4 o 6 por ciento decide su voto en las redes sociales" (Mariano Tato, entrevista personal por Francisco Domínguez, 20 de mayo de 2016).

Como explica Facundo Romero (2016), podemos referirnos ahora a una democracia de tipo convergente. Los ciudadanos tienen la posibilidad de responder, manifestar aprobación o desaprobación, sugerir o hasta invitar. Este último recurso fue muy utilizado y difundido por Mauricio Macri y su equipo en las redes sociales (como se verá más adelante). Según "Elecciones 2015: ¿qué papel juegan las redes sociales en la campaña?" (Eldestapeweb, 2015; 08 de julio): "Las redes sociales son (eran) las protagonistas de esta campaña electoral (2015)". Los líderes del PRO han sido pioneros y prolíficos en el empleo de las redes sociales para la comunicación. Mauricio Macri se sumó en 2012 a Instagram (siendo uno de los primeros políticos argentinos en hacerlo). Según "Los líderes mundiales más influyentes en las redes sociales en 2016" (eldestapeweb.com, 2016, 22 de noviembre), Mauricio Macri ocupa el número 11 a nivel mundial con más impacto mundial en las redes sociales de Twitter y Facebook.

Análisis de la campaña electoral de Mauricio Macri mes a mes:

JUNIO:

Político: De la vieja escuela, en un acto de campaña. 1, presentando la fórmula y quien lo va a acompañar en la vicepresidencia (Mauricio Macri presidente, Gabriela Michetti, vicepresidenta).

Político con vecinos: La nueva forma de hacer política. Postura de acercamiento y empatía con los vecinos "comunes". 5, 3 en casas donde fue "invitado", 1 haciendo campaña en una fábrica y 1 en un encuentro "casual" con un vecino en una provincia del interior del país.

Político con empresarios: 0 posts de este tipo en este mes.

Íntimo o familiar: 2, las dos veces con su hija menor. La “estrella” de su campaña.

Publicidad directa de su marca Política: 0 posts de este estilo en este mes.

En los medios: 0 publicaciones de este tipo en junio.

EN TOTAL: 8

Junio es el mes donde, según el calendario electoral argentino, se presentan las distintas fórmulas que van a pelear por la presidencia. Se constituye como un primer momento de las campañas electorales. En este mes, el candidato y su equipo de campaña publicaron fotos con un rango aproximado de una distancia de un día por medio. El lenguaje utilizado fue simple, preciso y conciso. Breves descripciones de las fotos publicadas. Frases como “me recibieron con mucha alegría en...”, “Hoy visité a...”, “Feliz día de...”, fueron utilizadas. Ya a fin de mes con la fórmula presentada utilizó la red con más frecuencia, llegando a repetir en un día dos posts. (Uno político con vecinos y otro íntimo o familiar.)

El candidato se presentó con vestimenta limpia y relajada, su cara estaba afeitada y su peinado era prolijo. Su look era más bien “canchero” y para “trabajar”, o para “ensuciarse”, visitando casas y haciendo campaña. “La vestimenta en la lucha por las urnas “dice mucho” “La victoria de Macri en Argentina, una lección de marketing político”(Centro Político, 2015, 30 de noviembre). Macri supo utilizar a su favor su forma de vestirse y presentarse. El candidato utilizó camisas de colores claros, y ropa que parecía cómoda. Los colores más utilizados fueron: azul que según el estudio de Psicología política de Centro Político Argentino, representa la responsabilidad, seguridad y confianza; la fresca y el aire y combinado con colores cálidos crea gran impacto y el negro, que denota elegancia y poder; misterio y secretos; fortaleza y prestigio. El fondo negro resalta las imágenes mucho más que otros colores. Se podía “mezclar” con el ciudadano común, se mostraba parecido y hasta “uno más”. “Hombres comunes” capaces de compartir las experiencias singulares de los segundos, de comprender sus vivencias cotidianas, de prestarles atención y de escuchar sus inquietudes y necesidades” (Annunziata y cols., 2017; p. 73). Los posts parecen justamente dedicados al ciudadano “común”, el candidato se muestra como un hombre de familia, realizando

actividades cotidianas con su hija como por ejemplo lavándose los dientes y también siendo recibido en casas “humildes” y en una de las provincias más pobres de la Argentina por lo que sus posteos parecerían estar destinados a la clase más baja de la economía en el país. Este segmento es un clásico y fiel seguidor de la fórmula peronista, la que el candidato buscaba captar y seducir.

La cantidad de “likes” rondó entre los 1000 y los 3000. Siendo el más “likeado” la presentación oficial de la fórmula que iba a pelear la presidencia (3676), seguida de una foto “casual” jugando con su hija Antonia (3441) y en tercer lugar una publicación de una foto que fue tomada durante una visita a una familia con la compañía de su mujer Juliana Awada (2086).

Para este mes, según la encuestadora Poliarquía, la intención de voto del ex presidente era de un 17,5 por ciento y según la encuestadora Ibarómetro de un 22,3 por ciento, un porcentaje que parecía alejar a Macri de la presidencia y mostraba bastante dificultosa su tarea de hacerse de más votos.

JULIO:

Político: 2, en ambos casos Mauricio Macri se muestra acompañando a Horacio Rodríguez Larreta (PRO), quien se había presentado a elecciones para Jefe de Gobierno de Capital Federal. Macri se muestra de festejo en el bunker del partido primero por haber Rodríguez Larreta logrado una amplia victoria (pero no con los votos necesarios para hacerse del cargo), y en segundo lugar por haber ganado el balotaje. Es importante recordar que el anterior de Jefe de Gobierno de CABA fue el mismo Mauricio Macri.

Político con vecinos: 24. 10 en casas o negocios “familiares” donde fue “invitado” (2 con su candidata a gobernadora por Buenos Aires, María Eugenia Vidal y 1 con su mujer Juliana Awada), 11 en encuentros “casuales” durante recorridas con vecinos en el interior de la provincia de Buenos Aires (5 con María Eugenia Vidal), 1 en uno de sus populares timbreos, 1 compartiendo tarde de baile con vecinos y 1 haciendo campaña en la inauguración de una obra de la gestión del PRO en CABA.

Político con empresarios: 0 tipo de publicaciones durante este mes.

Íntimo o familiar: 2 nuevamente con su hija menor Antonia, en un posteo muestra cómo creció su hija comparando dos fotos de ella con dos años de diferencia y en otra se muestra saludando a vecinos (por lo que se pondría también incluir en el apartado anterior) con su hija sobre sus hombros.

Publicidad directa de su marca política: Son realizados por primera vez 2 posteos de este tipo. Una es una imagen con números romanos (MMXV) acompañado por la tipografía y los colores del partido que expone su deseo por asumir la presidencia y la otra es una foto de la portada de su facebook, invitando a sus seguidores de instagram a seguirlo también en esta otra red social.

En los medios: Realizado por primera vez 1 posteo de este tipo durante su campaña electoral en instagram. La imagen es una foto de una televisión que muestra su paso por un famosos programa de “chimentos” para hablar de su campaña.

EN TOTAL: 31 (23 más que en el mes anterior)

Julio es el mes dónde, según el calendario electoral argentino, se inicia la campaña electoral. Puntualmente el día 10 de julio ya que a partir de esa fecha restan 30 días para las PASO. A partir del 20 de julio se inicia la publicidad en servicios de Comunicación Audiovisual y a partir del 25 de julio se prohíbe la publicidad de actos de gobierno.

Durante este mes, Mauricio Macri y su equipo de campaña utilizaron la red social de Instagram de forma irregular, utilizandola poco en un primer momento para ir aumentando, paulatinamente, de forma considerable. Al principio, hasta mediados de mes, se realizaron posteos en general cada día, aunque también hubo algunas seguidillas de días sin ningún posteo (por ejemplo durante un espacio de 4 días). En los últimos días del mes, por ejemplo a partir del 27 de julio, se subieron hasta 4 fotos por día.

El lenguaje utilizado en la red social es nuevamente (como en el mes pasado y por el resto de su campaña), preciso y claro. Las palabras más utilizadas fueron menciones a los distintos barrios donde el candidato fue a hacer campaña, estuvo recorriendo y tuvo “encuentros casuales” (20), seguido por la utilización de los nombres particulares de los vecinos (15), para agradecerles por su cálido agradecimiento y la confianza depositada en él. Palabras como

“juntos” y “vecinos” también se utilizaron repetidamente. Mauricio Macri, como se describió en el análisis del mes de junio, se muestra cercano y empático con los vecinos, su objetivo es presentarse como uno más. El candidato escuchó, se mostró atento y hasta cariñoso. “La identificación anti-carismática promueve esta doble estrategia de los líderes políticos: poner en escena los aspectos de su intimidad que más los acerquen a los “hombres comunes” y poner en escena a los “hombres comunes” con los que buscan identificarse, haciéndolos protagonistas de su propio discurso”. (Annunziata y cols., 2017: p. 73).

Los colores más utilizados por el candidato fueron el azul, el negro y el celeste, siendo el azul el líder indiscutido (como en el mes pasado). En “Los significados ocultos detrás de los colores que visten los políticos” (Infobae, 2017; 20 de septiembre): Laura Malpeli de Jordaan indica que el azul es el color favorito de más de la mitad de la población mundial y es el color que menos disgusto o reacción negativa provoca. Representa confianza, sabiduría, inteligencia, poder, tranquilidad, seguridad y neutralidad. Es un clásico dentro de la política para intentar proyectar liderazgo. Mauricio Macri empieza a utilizar saco de traje, pero de manera informal y relajada, sin corbata. Su famosa campera uniqlo que será de común utilización por él y su equipo, empieza a aparecer en las recorridas y en los posteriores posteos. En Camperas de moda: claves para el uniforme del timbreo oficialista, se refieren al “El Marketing de la informalidad” (Noticias, 2018, 28 de mayo). La campera Uniqlo que la mayoría lleva puesta no es un uniforme obligatorio, aunque sí, un sello distintivo del estilo de Cambiemos. Según la revista, El manual de estilo del Gobierno dicta que los trajes o ropa de etiqueta sólo están destinados para eventos puntuales. El resto del tiempo, los funcionarios se visten con ropa cómoda y similar a la que podría usar un votante. En este sentido, estas populares camperas (y los chalecos también) cumplen un rol preponderante.

Nuevamente, las publicaciones están dedicadas al ciudadano común, a los vecinos, pero en este mes se puede interpretar que están especialmente destinados a los ciudadanos de la provincia de Buenos Aires, ya que las recorridas y las publicaciones se suceden en algunos de sus barrios. Mauricio Macri, además, se ve acompañado en gran parte de sus recorridas, por su candidata a Gobernadora por la provincia de Buenos Aires, María Eugenia Vidal.

Buenos Aires es una de las provincias más grandes de la Argentina (en el mismo vota el 37% del electorado de la Nación). La misma se constituye como el principal bastión peronista del

país. Ganando la elección y convirtiéndose en gobernadora María Eugenia Vidal, la provincia dejó de ser gobernada por una fórmula peronista por primera vez desde 1987. Los candidatos a gobernador y vicegobernador del PRO, María Eugenia Vidal y Daniel Salvador, se impusieron con el 39,4% de los votos. Sin embargo, el “arrastre” deseado de votos no fue tal, ya que los bonaerenses cortaron boleta para no votar al candidato Mauricio Macri. La figura del PRO logró alcanzar un 32,9% de los votos en la provincia. Un resultado sin embargo muy sorpresivo y beneficioso para el candidato en la provincia.

La cantidad de likes rondó entre los 1500 y los 3300. El posteo más “likeado” fue el que comparte con su hija Antonia, un encuentro con vecinos (3391). Como ya se mencionó Antonia fue muy utilizada durante su campaña presidencial. Toda su vida fue “mediática”, hasta su nacimiento. Nos referimos a una “politización de la persona privada”, en las cuales los líderes cada vez hacen más pública su intimidad (Santiago Castelo, 2018; p. 3). Exponen a sus familias, son acompañados en las visitas por sus mujeres y sus hijos. Le siguen dos posteos de Mauricio Macri acompañando a Horacio Rodríguez Larreta en el bunker del PRO tras el alcance del balotaje y el triunfo en CABA, con 3289 y 3275 “likes” respectivamente.

Los sondeos de intención de voto para la fórmula del PRO para el mes de Julio, según la encuestadora Aurelio & Aresco era de un 25,5% y según Raúl Aragón era de un 26,5%. 3 puntos ganados, de diferencia sobre el mes pasado en relación con el estudio de Ibarómetro.

AGOSTO:

Político: 5. 3 dónde el candidato Mauricio Macri se muestra en mítines políticos, 2 en el bunker hablando a la ciudadanía y 1 saludando a los oyentes. En otra ocasión, se ve al candidato a presidente emitiendo su voto para las PASO y en la última se muestra a Macri posando con Manuela Carmena, alcaldesa de Madrid, luego de haber tenido una reunión con ella.

Político con vecinos: 7. En 4 posteos se lo muestra rodeado de vecinos en donde el candidato fue invitado por ellos por medio de las redes sociales a conocer sus respectivos hogares o sus lugares de trabajo, en 3 ocasiones fue acompañado por su mujer Juliana Awada y en 1 por su candidata a la vicepresidencia, Gabriela Michetti. En los 3 restantes, se lo

muestra a Macri en “encuentros casuales” con vecinos durante sus recorridos, en 2 se muestra acompañado por Gladys González, candidata a intendente por el PRO en Avellaneda.

Político con empresarios: 0 posts de este tipo en este mes.

Íntimo o familiar/ Íntimo y político: 8. En cada una de las imágenes aparece su hija menor, en 4 ocasiones se muestra al presidente compartiendo actividades cotidianas y en algunos casos los posts están acompañados por frases como por ejemplo “Sábado en familia”. 2 son imágenes de Antonia, deseando un “Feliz día del niño” y 2 (Íntimas/Políticas), están compuestas por un video donde Antonia canta: “Se siente, se siente Mauricio Presidente”, con la frase acompañando de “mi fan número 1”, y una que luego será repetida en distintos momentos de la campaña con una foto de Antonia sonriendo donde ella misma tiene una foto con la cara de Macri y la frase de “Yo lo voto”.

Publicidad directa de su marca política: 5, en 3 posts es su foto con la frase “Yo lo voto” (la misma foto que compartió en otros posts su hija menor). Otra se constituye por un video en donde Macri alienta a compartir el hashtag #YolovotoaMM para que los vecinos muestren su apoyo a su posible presidencia y la restante restante es un post con el número de votos obtenidos en las PASO, agradeciendo a cada uno de los 6.596.914 votos que recibió su fórmula.

En los medios: 2. Posts de Mauricio Macri compartiendo su paso por “Almorzando con Mirtha Legrand” acompañado por Gabriela Michetti. (Legrand, figura pública muy famosa en Argentina, fue muy enfática durante la campaña en mostrar su apoyo al líder del PRO) y en la otra, se lo muestra a Macri participando en un panel político en el programa “Intratables”, un programa muy conocido en Argentina.

EN TOTAL: 27 (4 menos que en el mes anterior).

El cronograma electoral estipula que en el mes de Agosto (el 9 de agosto en 2015), tienen lugar las Elecciones Primarias, Abiertas, Simultáneas, y Obligatorias. Es importante aclarar que según el mismo cronograma, dos días antes de las elecciones, empieza la Veda Electoral, lo que da lugar al fin de la Campaña Electoral. En este “paréntesis” de la campaña, Macri siguió publicando posts pero en estos dos días únicamente eran posts de su familia, una

de las nuevas formas de “hacer política”. Según “El rol de la familia en política” (compolitica, 2017; 15 de febrero):

La familia cobra una mayor importancia específicamente en términos electorales gracias a varios factores como son la mediatización de las campañas, la personalización de las mismas y el distanciamiento sideral que se ha producido entre gobernantes y gobernados. Esto ha llevado a la realización de campañas electorales que buscan diferentes fórmulas para empatizar con los ciudadanos y como parte de esas fórmulas encontramos la importancia de los familiares de los candidatos.

El equipo de asesores de Macri entendió rápidamente los beneficios de esta política de acercamiento. Julian Gallo (2016), se refiere a la importancia de la utilización de las redes, ya que permiten que los votantes se “sientan parte”. Los votantes quieren conocer a los candidatos, quieren saber de su vida personal, se quieren sentir pares y cercanos. La política de cercanía de Macri en su campaña electoral, en sus recorridas barriales, visitas a casas familiares, la publicación de sus fotos familiares, la presencia de su mujer y su hija en la campaña son todo parte de una misma propuesta, que el electorado “forme parte”, que se identifique y que lo vote. Por esta misma razón, dentro del lenguaje utilizado en la cuenta de instagram, las palabras más repetidas hicieron mención a distintos nombres de los vecinos que conoció el candidato (5), frases de reconocimientos/agradecimientos a los vecinos, como por ejemplo “Me transmiten energía”, “Sentí el cariño”, etc (5) y junto a estas, el hashtag #YolovotoaMM (5). Le siguió el nombre de los barrios que Macri recorrió (4), y la mención a el nombre de su hija Antonia (3).

Macri se mostró formal en los mítines, utilizando saco de traje, y más informal en sus encuentros con vecinos, emitiendo el voto, jugando con Antonia, etc. dónde utilizó sweaters, polars o camisas directamente, mismo en su cartel apelando al voto. Su paleta de colores no se alejó de sus colores ya preferidos azul/celeste/blanco/negro.

En este mes, en el instagram oficial del candidato se publican fotos todos los días, varias por día hasta el día después de la publicación de los resultados electorales. El mandatario y su equipo se toman un tiempo de 4 días para volver a publicar una foto. La foto “del retorno” fue una de Antonia deseando “Feliz día del niño” (Feliz día Antonia)”. Luego, nuevamente se toman un “break” ahora de 15 días para finalizar el mes con una foto de Macri con Manuela Carmena. Los posteos de las recorridas/las visitas/los mítines, etc. fueron todos (excepto

uno), nuevamente realizados en Buenos Aires. Por lo que el público objetivo parece repetirse al del mes pasado, el Bonaerense. Dos posteos son fotos de recorridas en el barrio de La Matanza, un tradicional barrio peronista que el líder del PRO buscaba captar.

Las fotos más “likeadas” fueron la de Mauricio Macri hablándoles a sus votantes en un mitin después de las PASO (9836), seguida por Macri saludando a sus electores (8664) y en tercer lugar Macri depositando su sobre en la urna con la leyenda de “Ya voté” (8221). La cantidad de likes en este mes rondaron entre los 9000 y los 1800.

Las distintas encuestadoras le daban a la fórmula Macri-Michetti una intención de voto de entre un 24 y un 27% subiendo aproximadamente un punto del mes pasado, del mejor pronóstico de este mes, (Poliarquía, IPSOS, Managment & Fit, OPSM, Hugo Jaime & Asociados, CEOP y Query). Macri logró reunir, en las PASO, un 28% de los votos (superando a todos los pronósticos de las encuestadoras), concentrados en las provincias de Mendoza, Córdoba, Santa Fé y Entre Ríos (zona céntrica del país). En la provincia de Buenos Aires, que se constituía como el público objetivo que el candidato buscaba captar por medio de Instagram, Scioli ganó con una diferencia de 200.000 votos. Macri ganó en la mayoría de los distritos electorales (“Cuáles fueron los resultados de las PASO 2015”: El perfil digital, 2019, 9 de agosto).

SEPTIEMBRE:

Político: 6. Uno está constituido por una foto de una reunión del candidato Mauricio Macri con el ex presidente de Francia, Nicolas Sarkozy. 2, corresponden a fotos de un acto político para agradecerle a fiscales del PRO de Concordia, Entre Ríos. 1 también se corresponde a un encuentro con fiscales del PRO pero en este caso en Sáenz Peña, Chaco. 1 en un mitin en la provincia de Córdoba (la primera vez que el equipo de Macri postea una foto de un acto político en el interior del país y no en Buenos Aires o CABA) y la última, justamente se lo muestra al candidato hablando con unos vecinos que lo fueron a acompañar en un acto en CABA.

Político con vecinos: 23. 3 se corresponden a: un encuentro dónde Macri fue invitado a conocer una fábrica y sus empleados, otro es una imagen de una torta con la cual recibieron al presidente en una de sus visitas y el último de los posteos se corresponde con una imagen

de una foto de unos muffins que le hicieron llegar al presidente, con sus famosos globos y su camisa clara. 16 posteos son fotos de las famosas recorridas del candidato y sus “encuentros casuales” con vecinos, pero ahora no sólo tuvieron lugar en la provincia de Buenos Aires o en Capital Federal sino también al centro, norte y sur del país. En uno de estos posteos se lo ve acompañado por la candidata a Gobernadora por el PRO en Buenos Aires, una de las principales asesoras de Macri, María Eugenia Vidal. A este tipo de posteos ahora se le suman las nuevas “caravanas” (4 imágenes), recorridas en camionetas. Acompañando a Macri, se muestran a políticos “locales”, también del PRO, ya que las mismas tuvieron lugar en el interior del país y en una ocasión el candidato fue acompañado por su mujer Juliana Awada y su ya famosa hija, Antonia Macri.

Político con empresarios: Primer posteo de este tipo. Se corresponde con una foto de un cartel con el nombre de Mauricio Macri, en una sala de reunión de una de las principales empresas de la Argentina, Arcor.

Íntimo o familiar/ Íntimo y político: 3 únicamente en este mes. Siempre con Antonia de protagonista, deseando una feliz primavera, mostrando “un domingo en familia” y agradeciendo el efusivo recibimiento de su hija después de una larga “recorrida”.

Publicidad directa de su marca política: 5. 1, dónde el equipo de campaña muestra una famosa promesa de la gestión Macri, “Pobreza cero”, con distintas propuestas para alcanzar el objetivo. 1 presentando el “Macrimovil”, un micro empapelado con una foto de Macri con vecinos con la cual el candidato iba a recorrer el país, 1 que es una captura de pantalla de un tweet del candidato que se pregunta por que su principal opositor Daniel Scioli no quiso participar de un debate presidencial y otro con el cartel de Macri en el cual se lee “Macri Presidente”. El último es una imagen de la gestión PRO en CABA con Horacio Rodríguez Larreta que, por el día del maestro en Argentina, hizo escribir la leyenda “Muchas gracias, maestros” en los carteles del subte (que normalmente muestran la frecuencia de los trenes).

En los medios: 1 participando de un programa de televisión con su futuro Ministro de Educación, Esteban Bullrich.

EN TOTAL: 39 (12 posteos más que en el mes anterior)

En el mes de septiembre, según el calendario electoral, se oficializan los candidatos que van a presentarse en las campañas generales tras haber triunfado en las PASO en sus respectivos partidos políticos. También se da inicio a la Campaña Electoral y a la Publicidad en los Servicios de Comunicación Audiovisual. Septiembre fue un mes fundamental para Mauricio Macri y para su equipo de campaña. Luego de haber superado las expectativas de votación que le tenían las encuestadoras a su fórmula, se empieza a creer en la posibilidad real de que Macri gane las elecciones y se convirtiera en presidente de la Argentina.

En el instagram de Mauricio Macri se publicaron fotos todos los días exceptuando, algunos días de los fines de semanas, un martes y un jueves. El lenguaje utilizado en las publicaciones es como el que venimos viendo: concreto, simple y sencillo, de rápida lectura y fácil mensaje. Es importante mencionar que en este mes, Macri realiza el primer posteo político de la “vieja escuela”, dónde defendiendo su propuesta de “Pobreza cero”, presenta sus primeros punteos para alcanzar el objetivo. El texto es notablemente más largo de los que se suelen utilizar en su Instagram. Las palabras más utilizadas en este mes fueron haciendo mención a nombres de distintas provincias donde el candidato Macri realizó recorridas y caravanas (20), que estuvo a la par del nombramiento de distintos barrios. La diferencia fundamental respecto de los meses pasados es que el candidato parece dirigirse ahora al vecino común de todo el territorio Argentino, no sólo de Buenos Aires y CABA.

Macri, frente a su posibilidad real de victoria, empezó a realizar una maratónica campaña en el interior del país que se vió luego vislumbrada en sus redes sociales. El mandatario utilizó su clásica vestimenta de traje en los encuentros más formales, y campera, chaleco o sweater en sus encuentros con vecinos, caravanas, recorridas, etc. Lo interesante es que en este mes, el mandatario utilizó en todas las publicaciones (exceptuando en su encuentro con Nicolás Sarkozy), camisas celestes. Como dato curioso, los muffins de la publicación que recibió Macri tienen también una camisa celeste. En su Instagram, se puede leer “...otra tortita es de mi camisa celeste (es un chiste porque siempre ando con camisa celeste)”. Según “Lo que debe llevar un candidato PRO: consejos de Durán Barba, camiseta celeste y pechera blanca” (info135, 2017; 02 de julio): los funcionarios de Cambiemos cuentan con un “dress code”: en el mismo se explica que los funcionarios deben utilizar camisas celestes. Quedan prohibidas vestirse con rayas o marcas grandes, como también las camperas grandes, etc.

El posteo con el cartel “Macri Presidente” fue el más likeado (6335), seguido por dos publicaciones de Antonia, una con Macri (5466) y otra de ella sola festejando el día de la primavera (5996). La cantidad de likes en este mes varió entre los 1000 y los 6000.

En este mes, las encuestadoras más respetadas del país, Aresco, Poliarquia, Ipsos, Rouvier & Asociados, CEOP, Raúl G Aragón & Asociados y Elypsis, le dan a Mauricio Macri-Gabriela Michetti, tras las PASO, una intención de voto de 28 hasta un 31% por ciento del electorado (un notable aumento del pronóstico del mes pasado, que era de entre un 24 y un 27 %).

OCTUBRE:

Político: 31. En este mes, desde la cuenta de Mauricio Macri, se publicaron 14 fotos de mítines políticos. A diferencia de los meses pasados, se utilizó más la idea y noción de país por sobre barrio o provincia. Cada foto fue acompañada por frases de tipo general pidiendo el voto y aludiendo a la unidad esperada. Se publicaron 12 posteos de fotos sacadas en el festejo del bunker del PRO, 1 del debate presidencial, 2 en una reunión semanal de gabinete de docentes y alumnos de CABA, dónde se lo ve a Macri hablando con el futbolista argentino Javier Mascherano. En otra ocasión, se lo ve al candidato acompañando a María Eugenia Vidal en la inauguración del Metrobus en un barrio de la capital de Buenos Aires y en la última publicación de este estilo, se lo muestra al candidato emitiendo su voto.

Político con vecinos: 13. En esta sección podemos encontrar 6 posteos de las famosas “recorridas” de Mauricio Macri y sus “encuentros casuales”. También se publicaron 2 fotos de sus “caravanas” (una en la que fue acompañado por su hija Antonia), 1 foto de una taza con su cara agradeciendo el regalo de campaña, 1 foto dónde fue declarado Huésped de honor en un barrio de Córdoba (Río Tercera y Oliva) y 2 visitas que en este caso fueron a dos figuras importantes de nuestro país. Por un lado, se publicó una foto con Susana Gimenez, probablemente la conductora más conocida y querida de la Argentina y otra se lo ve al candidato visitando el famoso comedor de Margarita Barrientos en CABA (la señora Barrientos cuenta por su labor solidario con un gran apoyo y estima por parte de la sociedad). En el último posteo de este tipo, se lo ve al candidato del PRO escuchando atentamente a dos representantes del “campo”, sector muy perjudicado por el gobierno kirchnerista con la suba de retenciones y uno de los sectores que más apoyaba a Macri.

Político con empresarios: 0 posteo de este tipo durante el mes de octubre.

Íntimo o familiar/ Íntimo y político: 7, en 4 ocasiones los posts son de tipo “íntimo”, se lo ve al presidente con su mujer y su hija en un caso disfrutando de un día de campo, con su mujer solo en un “domingo en familia”, en otra festejando el cumpleaños número 4 de Antonia y en la última pintando con su hija. 2 “ íntimo y político”, corresponden al ya conocido recurso de una foto de Antonia, con la foto de su padre y la leyenda “Yo lo voto” y otra nuevamente dónde se la escucha a Antonia (es un video) “Se siente, se siente Mauricio Presidente”. La restante es una foto publicada en blanco y negro de su mamá y el de bebé, con la leyenda “mamá”.

Publicidad directa de su marca política: Este mes fue el que más contó con posts de este tipo (26). El equipo de campaña del PRO utilizó este recurso en profundidad. En 3 posts se apelaba directamente al voluntariado, pidiendo que se sumarán a la campaña del “cambio” y en 1 se muestra un mapa de argentina lleno de voluntarios con la frase “cada punto amarillo es un amigo”. 6 publicaciones fueron de tipo más “políticas”, y estuvieron acompañadas por textos largos con propuestas de campaña como por ejemplo “Trabajadores sin impuestos a las ganancias”, “1.000.000 de créditos hipotecarios a 30 años”, “Vamos a mejorar las rutas, los trenes, aprovechamos las vías navegables, etc”. En 2 ocasiones se apeló al voto con una foto en primera plana de Macri, en 1 video se mostró el apoyo que reunió el candidato por parte de los vecinos mismo que en una foto. En otra foto se mostró la boleta describiendola “mide 47 cm, pesa menos de un gramo. Nunca una boleta tuvo tanto poder”. Este mes también contó con la publicación de 6 carteles de campaña, 3 apelando al voto y 3 pidiendo compartir el hashtag #YolovotoaMM. 3 fueron imágenes con tipografía y colores típicos del PRO (en una ocasión también se publicó directamente un emoji), “esperando”, “Gracias a cada uno” y el número de votos reunidos que permitió al candidato llegar al balotaje. 1 fue la publicación de un screenshot del twitter de Macri con un texto publicado donde pide “trabajar juntos” y el último fue la invitación a descargar la canción de campaña #EstoyConVos de Soundcloud.

En los medios: 2, en ambos se lo ve a Macri participando de dos programas de Telefé “AM” y “Morfi” con su mujer Juliana Awada

EN TOTAL: 79 (40 posts más que en el mes anterior)

Según el calendario electoral de la República Argentina, en el mes de octubre se realizan las Elecciones Nacionales cada cuatro años (en el año 2015, tuvieron lugar el 25 de octubre). A partir del 23 de octubre comenzó la Veda Electoral y así el Fin de la Campaña Electoral. Como en el mes de agosto y durante la campaña por las PASO, Macri y su equipo siguieron realizando posteos pero de tipo familiar o íntimo, en estos 3 días se publicaron fotos de Macri con su hija pintando, Macri con su mujer en un “Domingo en familia” y Macri agradeciendo a su equipo de campaña agazajándolos con un asado. Respondiendo a la nueva forma de hacer política, se mostró al candidato en su casa, compartiendo con su familia y también como su equipo de trabajo, empatizando, mostrándose cercano y “uno más”.

Se publicaron fotos todos los días exceptuando un sábado y un domingo. Los posteos (igual que en el mes pasado) parecen dedicados a todos los vecinos del país (no sólo a los de la región del centro), por más de que en algunos posteos se refirió a los nombres de los barrios o provincias visitadas, Macri y su equipo eligieron hablar en términos más generales y referirse más al concepto de país. Su estrategia fue expandir su red de apoyo, “salir de su zona de confort” y lograr la mayor cantidad de votos posibles.

El lenguaje utilizado fue un poco más elaborado que en los meses anteriores, Se publicaron numerosas imágenes con propuestas de campaña y promesas de gestión. Se llegó a utilizar una mala palabra en una misma imagen “Todos juntos carajo”, lo que le dió más preponderancia. Tenemos que tener en cuenta que el clima del equipo de gestión y de los votantes del PRO era de sorpresa (por los buenos resultados en las elecciones PASO), de emoción (por estar cerca de vencer a la línea kirchnerista que ya llevaba 12 años en el gobierno) y de esperanza (ya que la victoria era posible y estaba cerca el momento culmine).

Como explicaron Santiago Castelo y Agustí Fernández de Losada, el lenguaje de Macri en su campaña de 2015 estuvo protagonizado por mensajes sencillos y en su afán por simplificar el lenguaje, sus diagnósticos se convirtieron en eslóganes que funcionaban como explicación de la realidad (Castelo y Fernández de Losada, 2019: p. 4). La vestimenta por su parte, utilizada por el candidato en este mes, fue la misma que había utilizado durante toda la campaña: camisa con traje o pantalones tipo nauticos con sweater y campera Uniqlo, etc. El candidato

siempre se mostró prolijo, “limpio”, “canchero” y semi formal, utilizando colores de la gama blanco (el único color con el que innovó en este mes), negro, azul y celeste.

Las fotos más “likeadas” fueron las de Macri hablando en el bunker y agradeciendo por haber alcanzado el balotaje (26.156), una placa que decía con tipografía y colores del PRO “gracias” por los votos recibidos (20.308) y una foto emocionado con la leyenda de “una noche inolvidable” (por haber alcanzado el balotaje) (16.473). La cantidad de likes rondó entre los 1000 y los 26000.

Las encuestadoras le dieron a la fórmula del PRO una intención de voto de entre un 25,3 y un 30% por ciento, un retroceso en relación con el mes pasado (entre un 28 y un 31%). Las responsables del estudio fueron: Rouvier, Aurelio, González y Valladares, Poliarquia, OPSM, Raul G Aragon & Asociados, Ipsos-mora y Araujo, Consultora Dicen, Management & Fit, Giacobbe y Asociados y CEOP. En las elecciones generales Mauricio Macri logró hacerse con un 34,15% de los votos y Daniel Scioli con un un 37,08%. Como Scioli no había logrado reunir un 45% de los votos ni tenía una diferencia de 10% sobre Macri, hubo balotaje.

NOVIEMBRE:

Político: 26. 14 en mítines políticos, 2 invitando al acto de cierre de campaña en Humahuaca al que se llamó “Acto de la esperanza”. 4 en el debate presidencial, en el mismo una de las fotos subidas es un beso final que tuvo con su mujer Juliana Awada, y otras 2 son imágenes de él con frases significativas que emitió durante el encuentro. Otra emitiendo su voto y las 5 restantes son imágenes de Mauricio Macri festejando su victoria en el bunker del PRO (en 2 ocasiones son fotos de él celebrando con su mujer y su hija).

Político con vecinos: 18. 6 posteos de recorridas y encuentros casuales (1 con María Eugenia Vidal), 10 caravanas (en 2 ocasiones Mauricio fue acompañado por su hija Antonia), 2 , 1 visita realizada a una fábrica y otra visita a un acampe de la comunidad Quom.

Político con empresarios: 0, se repite la tendencia del mes pasado de no publicar fotos de este estilo.

Íntimo o familiar/ Íntimo y político: 7. 5 son íntimas/familiares, en 2 de las imágenes se lo ve al futuro presidente con su mujer e hija festejando la victoria en la cancha de Boca Juniors,

el club de fútbol donde Macri fue presidente (en uno de los posteos es acompañado por un famoso productor de Argentina, Adrián Suar) y en las restantes 3 se lo ve al presidente con su familia en su casa. 1 se corresponde con el ya utilizado recurso de una foto de Antonia Macri sosteniendo un cartel con la leyenda de “Yo lo voto”.

Publicidad directa de su marca política: 12. 4 se corresponden a screenshot de tweets publicados desde la cuenta oficial de Macri, dónde pide no resignarse, alienta a sumarse a su campaña y apela al voto. 3, 2 se corresponden a una foto de él una con una frase significativa y la otra en la cual está acompañado por María Eugenia Vidal, pide directamente el voto a sus seguidores. 4 su cartel de campaña de “Yo cambio” y 1 con la leyenda de “CAMBIAMOS”, festejando su victoria.

En los medios: 1 en un reconocido programa de televisión de entrevistas políticas.

EN TOTAL: 64 (15 posteos menos que en el mes pasado)

El 24 de noviembre de 2015 tuvo lugar el balotaje para elegir al nuevo presidente de la República Argentina. En este mes la estrategia de Macri y de su equipo de campaña fue llegar a la mayor cantidad de votos de los “indecisos”. Como explicó Hernán Iglesias Illa en su libro “Cambiamos: Mauricio Macri presidente” (2015): “Massa busca votos de los dirigentes, Scioli de los peronistas y Mauricio Macri de todos ya que los votos no son de nadie, con una relacion lo mas directa posible con la gente” (Iglesias Illa, 2015; p. 199). Su política de cercanía, de “escucha”, de emotividad y de esperanza parecía estar teniendo resultado. Esta estrategia responde a la teoría de su mentor Jaime Durán Barba quien se refiere a la “Teoría del nuevo elector: no se vota por pertenencia a un grupo o lealtades estables sino los electores se dejan llevar por una mezcla de interés personal y conexión emocional. Teoría de usar la investigación y las encuestas para entender mejor a la sociedad, conocer mejor sus actitudes” (Iglesias Illa, 2015. p. 157).

Se realizaron varias publicaciones todos los días de este mes, exceptuando el 21 de noviembre. En este mes, las publicaciones estuvieron caracterizadas por ser fotos de Macri (con su look usual “cancho”, prolijo con camisa celeste y siempre sonriente), siempre rodeado por mucha gente/electores, ya sea en caravanas, en actos políticos o los festejos finales. Nuevamente las publicaciones fueron de distintos puntos del país y buscaban apelar a

la mayor cantidad de gente posible. La diferencia era pequeña y la victoria era posible. El lenguaje utilizado fue, no tanto descriptivo (como en los meses anteriores), sino emotivo, esperanzador, buscando el aliento, el acompañamiento y el voto.

Durante este mes, el rango de likes estuvo entre un 5000 y un 50000. En el mes de noviembre, la foto publicada más “likeada” fue la de Mauricio Macri festejando en el bunker del PRO con su equipo y su familia la victoria, foto que cosechó un récord de 50.765 “likes”, seguida por un posteo con una foto de Macri festejando con su familia (48.499) y por último una imagen con la leyenda de “CAMBIAMOS” con una cantidad de “me gusta” de 41.287.

Por primera vez, en este mes las encuestadoras dieron por ganador a Mauricio Macri con una intención de voto de entre un 42 y un 54%. (Elypsis, Polidata, Hugo Haime & Asociados, González y Valladares, Management & Fit, Ipsos, etc). Macri terminó ganando las elecciones y venciendo a la fórmula kirchnerista después de 12 años, con un margen ajustado de 678.774 votos de diferencia. Cambiemos logró un 51.34% frente a un 48,66% del Frente para la Victoria.

Llevamos a cabo un análisis de los posteos en Instagram de la campaña electoral de Mauricio Macri y su equipo para ganar la presidencia de la República Argentina en 2015. Para dicho análisis, separamos los posteos según la siguiente tipología: Político, Político con vecinos, Político con empresarios, Íntimo o familiar/ Íntimo y político, Publicidad de su marca política y en los medios.

En este punto nos gustaría resumir o organizar la categorización de los posteos según la tipología de acuerdo a las funciones:

- Función de agenda: comprende todos los posteos de recorridas con los correspondientes “encuentros casuales”, visitas, caravanas, actos o mítines políticos, participación en los medios, etc y de esta manera, incluye los posteos de las tipologías de Político, Político con vecinos, Político con empresarios y En los medios.
- Función de politización: referida a las promesas de campaña y de gestión y a la publicidad directa de su marca política. Comprende los posteos de Publicidad directa de marca política.

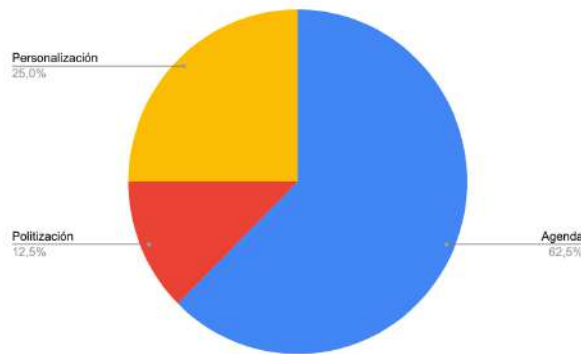
- **Función de personalización:** se corresponde con los posteos del candidato con su familia, fotos antiguas de él y fotos que aluden a sus hobbies y/o intereses y incluye los posteos correspondientes a la tipología de Íntimo/familiar e Íntimo/político.

A continuación, ilustraremos con gráficos de elaboración propia a partir de la organización y categorización de las publicaciones, la diferencia entre los posteos de cada mes según las tipografías enseñadas:

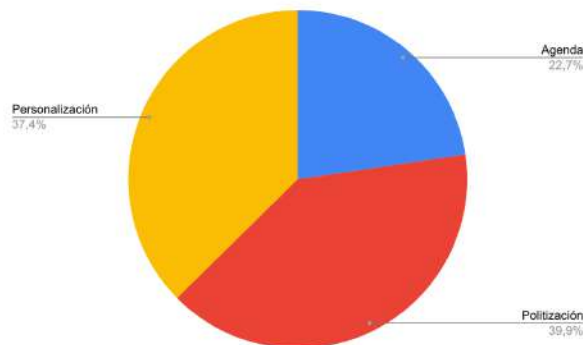
Gráficos comparativos:

JUNIO: 8 posteos

Según función:

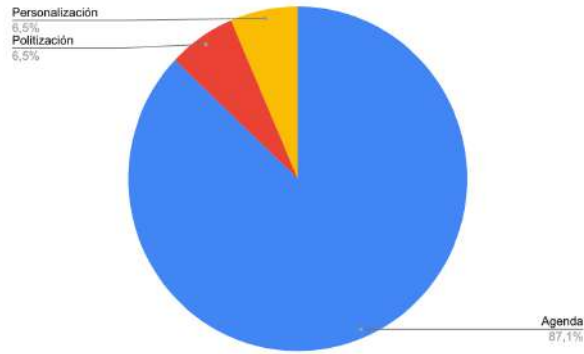


3 Contenidos más likeados del mes según función:

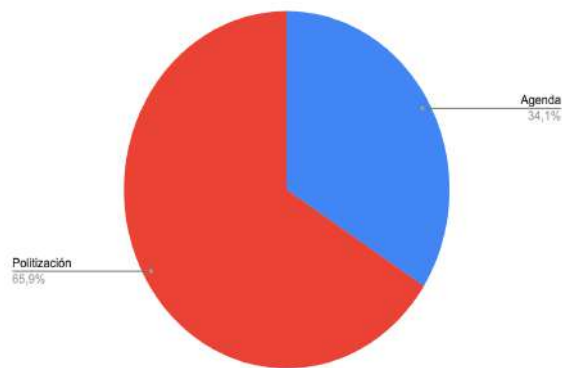


JULIO: 31 posteos

Según función:

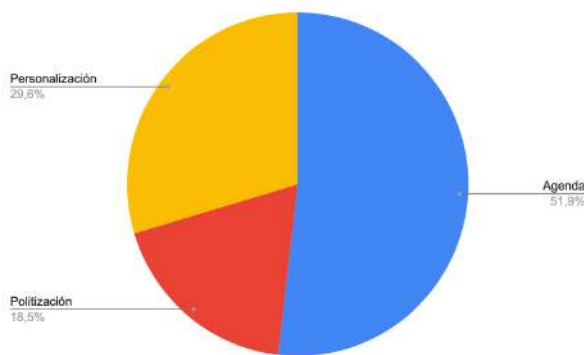


3 contenidos más likeados del mes según función:

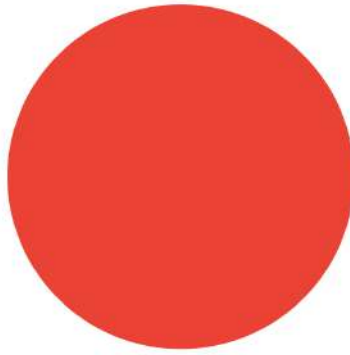


AGOSTO: 27 posteos

Según función:

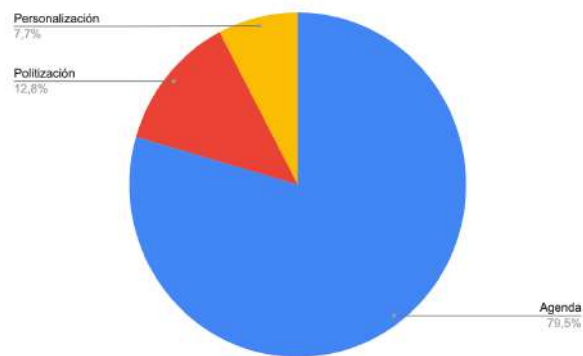


3 contenidos más likeados del mes según función:

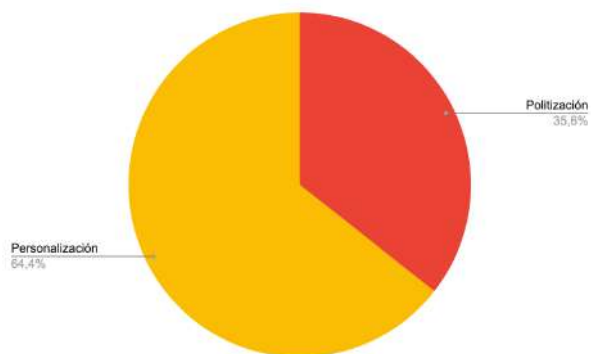


SEPTIEMBRE: 39 posts

Según función:

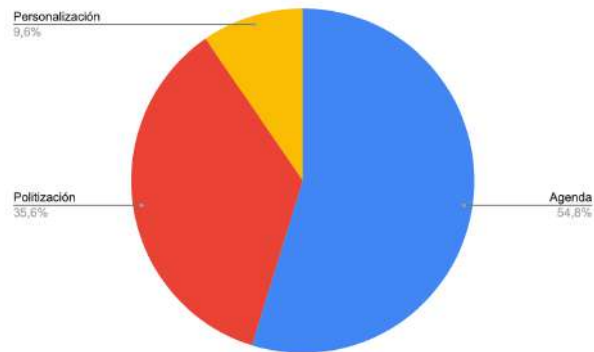


3 contenidos más likeados del mes según función:

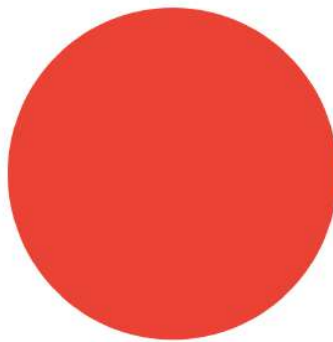


OCTUBRE: 79 posts

Según función:

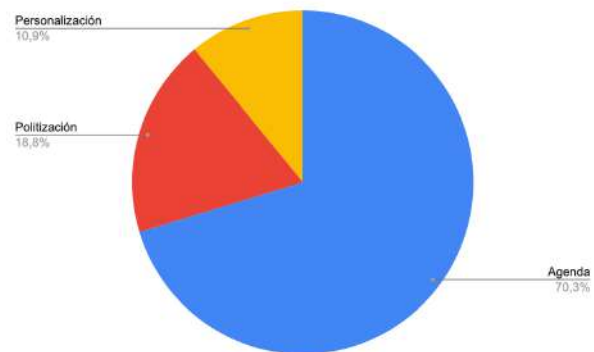


3 contenidos más likeados del mes según función:

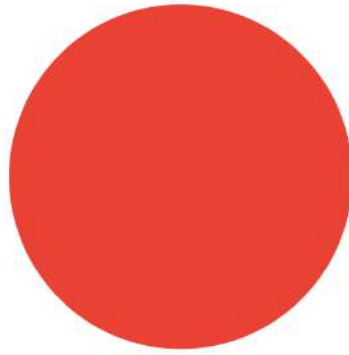


NOVIEMBRE: 79 posts

Según función:

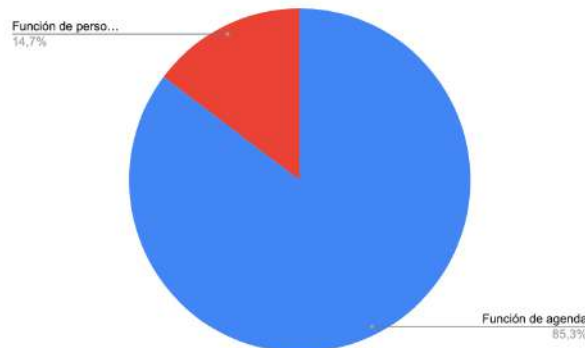


3 contenidos más likeados del mes según función:



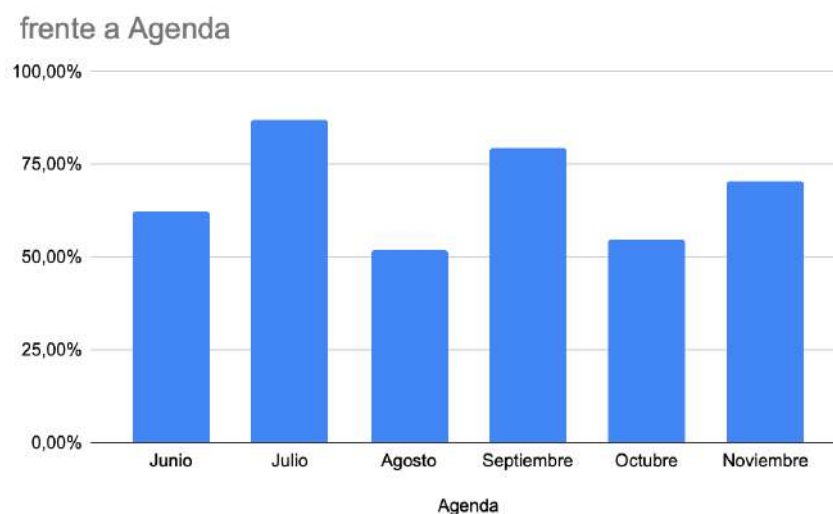
Conclusión

Según los gráficos y las publicaciones analizadas en la campaña de Mauricio Macri en la carrera para la presidencia de la República Argentina en el 2015, primó la “Función de agenda” en todos los meses de campaña (con variaciones según el mes). Se refuta así nuestra hipótesis de que los posts que predominaron fueron los que respondieron a la llamada “Función de personalización”, En total en los 6 meses, 168 posts respondieron a la “Función de agenda”, frente a 29 de la “Función de personalización”.



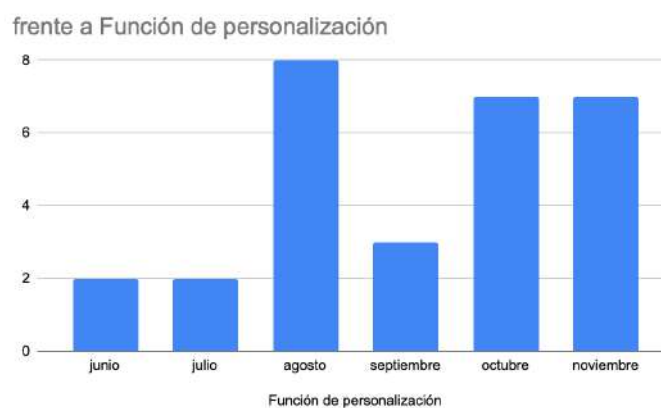
“El salir a calle” y hacer campaña, ya sea en encuentros de tipo recorridas, visitas (el “nuevo” tipo de política) y participar en caravanas, mítines, etc, fueron actividades predilectas de campaña y las publicaciones más utilizadas. Las mismas vencieron por un amplio margen a los posts de tipo íntimo o familiar e íntimo y político (fotos de Macri con su familia, fotos de Macri con su hija, posts donde se veía al ex presidente realizando algún hobby o las famosas fotos de campaña de Macri, donde se la veía a Antonia sosteniendo un cartel con la foto del ex presidente y la leyenda: “Yo lo voto”).

Resulta importante aclarar que dentro de la “Función de agenda”, en los meses de campaña de junio, julio y agosto las actividades más realizadas y sus posteos correspondientes, fueron la de visitas y “encuentros casuales” con vecinos. Podemos interpretar que en un primer momento de la campaña y frente a como ya se informó la falta de un aparato partidario y apoyo electoral por fuera de Capital Federal y Buenos Aires, el equipo de campaña de Mauricio Macri quiso mostrar y dar a conocer al “verdadero Macri”. Hernán Iglesias Illa explica “Las personas que conocían a Mauricio Macri quedaban impresionados: se encontraban con un Mauricio relajado y gracioso pero más que nada honesto y sincero acerca de sus planes y sobre por qué quería ser presidente. Esta potencia de Macri en las conversaciones privadas fue una de las razones que hicieron desplegar el programa “mano a mano” (la larga serie de visitas a familias en todo el país) y lo convirtieron en el arma principal de la búsqueda de cercanía del candidato con la gente, que aún lo percibió algo lejano e indescifrable”. (Iglesias illa, 2016; p. 174). Recién a partir de octubre primaron las publicaciones de actividades más clásicas de la política como los mítines y los actos de campaña. Cuando la posibilidad de victoria se vió más cercana o real que nunca el equipo buscó llegar a la mayor cantidad de gente posible (no sólo en las redes sociales), sino en la realidad física. Esto fue a partir de caravanas, mítines políticos. etc. Los mismos solían estar repletos y eran organizados en barrios o provincias “amigas” del PRO.



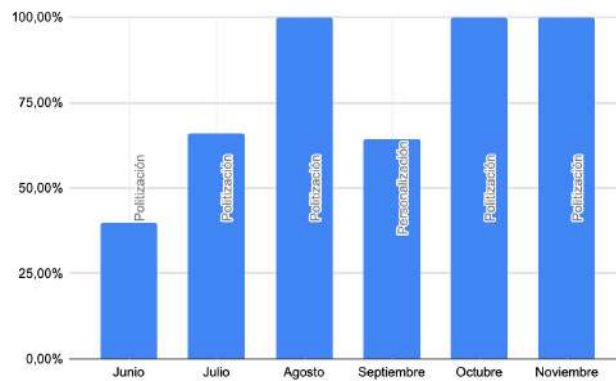
Con respecto a la “Función de personalización” y así los posteos de tipo íntimo o familiar e íntimo y político, su utilización se llevó a cabo de forma irregular con picos en los meses de

agosto (con 8 publicaciones), octubre y noviembre (ambos con 7 publicaciones). Es importante recordar que en los 3 meses señalados, tuvieron lugar las tres elecciones (PASO, generales y balotaje), que dieron lugar al triunfo de Macri y su posterior ascenso a la presidencia. Como explicamos en el trabajo, 48 horas antes de una elección electoral en Argentina, tiene lugar la Veda Electoral. La misma se corresponde con la prohibición de publicidad partidaria por parte de los partidos que busquen la captación del voto. En estos días de estos tres meses, Macri y su equipo de campaña siguieron publicando posts de tipo íntimo o familiar (no así íntimo y político). De esta manera y como explicamos en el apartado correspondiente, siguieron realizando campaña cuando no se la podía realizar con una nueva forma de hacer política sin ningún tipo de regulación ni prohibición. Respondiendo a su campaña de cercanía con la ciudadanía y apertura a partir de las redes sociales, entre otros y en el marco de la Crisis de Representación, de la Personalización del candidato y de la consolidación del Marketing Político entre otros, Macri y su equipo lograron presentar una imagen del ex presidente como un hombre comprometido, cercano, padre, marido y hombre de familia. Un candidato en el cual se “podía confiar” y con el cual se “podía hablar” y “sentirse identificado”. La estrategia de la campaña de Macri buscó presentarlo como un vecino más que entendía la situación y frustración de los argentinos tras doce años de Kirchnerismo, como el “cambio”, pero también como un padre y marido común.



Buscando responder a la segunda parte de una hipótesis, resulta importante señalar que la sumatoria de likes fue ampliamente mayoritaria en todos los meses en los posts correspondientes a la función de agenda, hecho que creemos que es resultado de que este tipo de posteo fue el que más veces fue publicado. Sin embargo, los posts con más “likes”

correspondientes a cada mes fueron destinados a las publicaciones de la función según nuestra tipología, de Politización. Excepto en el mes de septiembre (Personalización), por lo tanto vemos también refutar nuestra hipótesis de que los posts con más “likes” respondieron a la función de Personalización, salvo como ya se mencionó, en el mes de septiembre.



Referencias

Libros/Tesis:

- Domínguez, F (2016). *Marketing político. La campaña presidencial de Mauricio Macri*. Buenos Aires: Universidad de San Andrés. Disponible en: <<http://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/12094/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.%20L.%20Adm.%20Dom%3%ADnguez%2c%20Francisco.pdf>> [Acceso el 2 de marzo de 2020].
- Iglesias Illa, H. (2015). *Cambiamos*. (1 ed.). Buenos Aires: Sudamericana.
- Manin, B, (1998). *Los principios del Gobierno Representativo* (1 ed.). Madrid: Alianza Editorial. Disponible en: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4418903/mod_resource/content/1/Manin%20-%20Los%20Principios%20del%20gobierno%20representativo.pdf> [Acceso el 7 de marzo de 2020].
- Sánchez, L. F. (2003). *El uso del marketing político y su incidencia en la democracia jalisciense*. México: Universidad de Guadalajara. Disponible en: <https://www.academia.edu/30503350/El_uso_del_marketing_pol%C3%ADtico_y_su_incidencia_en_la_democracia_jalisciense._Tesis_de_Licenciatura._Universidad_de_Guadalajara_2003_> [Acceso el 16 de abril de 2020].

Artículo de periódico electrónico:

- Alonso Cascallana, T. (2020). Instagram: 10 años de fotografía. *Nobbot* [Internet], 24 de febrero. Disponible en: <<https://www.nobbot.com/pantallas/que-es-instagram/>> [Acceso el 11 de marzo de 2020].
- Camperas de moda: claves para el uniforme del timbreo oficialista (2018). *Noticias* [Internet], 28 de mayo. Disponible en: <<https://noticias.perfil.com/noticias/informacion-general/2018-05-28-camperas-de-moda-claves-para-el-uniforme-del-timbreo-oficialista.phtml/>> [Acceso el 5 de abril de 2020].
- ¿Cómo se gestó la campaña publicitaria de Cambiemos? (2015). *Politicaargentina* [Internet], 19 de diciembre . Disponible en: <<https://www.politicargentina.com/notas/201512/10578-como-se-gesto-la-campana-publicitaria-de-cambiemos.html>> [Acceso el 19 de marzo de 2020].
- Fernández, M. (2016). Como usa las redes sociales Mauricio Macri, de acuerdo a su asesor. *Infobae* [Internet], 17 de noviembre. Disponible en: <<https://www.infobae.com/tendencias/2016/11/17/como-usa-las-redes-sociales-mauricio-macri-de-acuerdo-a-su-asesor/>> [Acceso el 4 de marzo de 2020].
- Gráficos. Cuáles fueron los resultados de las PASO 2015 (2019). *Perfil* [Internet], 6 de agosto. Disponible en:

<<https://www.perfil.com/noticias/politica/graficos-estos-fueron-los-resultados-de-las-paso-generales-y-ballotage-de-2015.phtml>> [Acceso el 1 de abril de 2020].

- Gutiérrez-Rubí, A. (2018). Outsiders I: Los empresarios políticos. Aristegui Noticias [Internet], 9 de abril. Disponible en: <<https://aristeguinoticias.com/0904/mexico/outsiders-i-los-empresarios-politico/>> [Acceso el 4 de marzo de 2020].
- Giusto, P. (2017). En defensa de las PASO. Infobae [Internet], 29 de junio. Disponible en: <<https://www.infobae.com/opinion/2017/06/29/en-defensa-de-las-paso/>> [Acceso el 23 de febrero de 2020].
- Jaimovich, D. (2019). Cómo funciona la veda electoral en las redes sociales. Infobae [Internet], 9 de agosto. Disponible en: <<https://www.infobae.com/politica/2019/08/09/como-funciona-la-veda-en-las-redes-sociales/>> [Acceso el 6 de abril de 2020].
- La victoria de Macri en Argentina, una lección de Marketing Político (2015). Centro Político [Internet], 30 de noviembre. Disponible en: <<https://www.centropolitico.org/la-victoria-de-macri-en-argentina-una-leccion-de-marketing-politico/>> [Acceso el 26 de febrero de 2020].
- Los líderes mundiales más influyentes en las redes sociales en 2016 (2016). Infobae [Internet], 22 de noviembre. Disponible en: <<https://www.infobae.com/america/mundo/2016/11/22/los-lideres-mundiales-mas-influyentes-en-las-redes-sociales-en-2016/>> [Acceso el 6 de abril de 2020].
- Los significados ocultos detrás de los colores que visten los políticos (2017). Infobae [Internet], 20 de septiembre. Disponible en: <<https://www.infobae.com/tendencias/lifestyle/2017/09/20/los-significados-ocultos-de-tras-de-los-colores-que-visten-los-politicos/>> [Acceso el 8 de marzo de 2020].
- Lo que debe llevar un candidato PRO: consejos de Durán Barba, camiseta celeste y pechera blanca (2017). Info135 [Internet], 2 de julio. Disponible en: <<https://info135.com.ar/2017/07/02/lo-que-debe-llevar-un-candidato-pro-consejos-de-duran-barba-camisa-celeste-y-pechera-blanca/>> [Acceso el 9 de marzo de 2020].
- Néspolo, R. (2020). Los Macri aceptan como heredera a la hija que Franco no incluyó en el testamento. La Nación [Internet], 10 de enero. Disponible en: <<https://www.lanacion.com.ar/politica/los-macri-aceptaron-hija-no-reconocida-franco-nid2322822>> [Acceso el 5 de marzo de 2020].
- Rebossio, A. (2015). El peronismo pierde el bastión bonaerense después de 28 años. El País [Internet], 26 de octubre. Disponible en: <https://elpais.com/internacional/2015/10/26/argentina/1445873480_641218.html> [Acceso el 17 de marzo de 2020].
- Paladini, E. (2015). Ganó Scioli, el frente de Macri quedó a casi 8 puntos y Massa sigue en pelea. Clarín [Internet], 10 de agosto. Disponible en:

<https://www.clarin.com/politica/elecciones_2015-primarias-presidenciales_0_rym8a4KD7l.html> [Acceso el 2 de abril de 2020].

- Scioli, D. (2015). Elecciones 2015: ¿Qué papel juegan las redes sociales en campaña?. Eldestapeweb [Internet], 8 de julio. Disponible en: <<https://www.eldestapeweb.com/elecciones-2015-que-papel-juegan-las-redes-sociales-la-campana-n7557>> [Acceso el 22 de marzo de 2020].
- Veda electoral: que está prohibido y cuales son las multas y sanciones (2019). Infobae [Internet], 10 de agosto. Disponible en: <<https://www.infobae.com/politica/2019/08/10/veda-electoral-que-esta-prohibido-y-cuales-son-las-multas-y-sanciones/>> [Acceso el 11 de abril de 2020].

Artículos de revistas electrónicas:

- Annunziata, R., Ariza, A. F., March, V. R. (2017). “Gobernar es estar cerca”. Las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal. Revista Mexicana de Opinión Pública [Internet]. Enero-junio, (24). pp. 71-93. Disponible en: <<http://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n24/2448-4911-rmop-24-00071.pdf>> [Acceso el 8 de marzo de 2020].
- 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 [Internet]. Junio, (7). Disponible en: <https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/222/pdf_1> [Acceso el 18 de marzo de 2020].
- Castelo, S. y Fernández de Losada, A. (2019). Mauricio Macri: rehén del slogan. Hiperliderazgos [Internet]. Julio, (4). Disponible en: <https://www.cidob.org/ca/publicacions/series_de_publicacio/cidob_report/cidob_report/hiperliderazgos> [Acceso el 3 de abril de 2020].
- Delarbre, R.T. (2000). El imperio del Marketing Político. Cuando las imágenes desplazan a las ideas. América Latina [Internet]. Agosto, (25). pp. 15-22. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/26470993_El_imperio_del_marketing_politis_imagco_Cuando_laenes_desplazan_a_las_ideas> [Acceso el 9 de marzo de 2020].
- Filimonov, K., Russmann U., y Svensonn J. (2016). Picturing the Party: Instagram and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections. Sage Journals [Internet]. Agosto (2). Disponible en: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305116662179>> [Acceso el 22 de marzo de 2020].
- Fox, A. C. y Fuertes Liquete J. M. El rol de la familia en la política. Compolitica [Internet]. (8). Disponible en: <<https://compolitica.com/wp-content/uploads/publicaciones/ACOPPapersNº8.pdf>> [Acceso el 22 de marzo de 2020].

- Romero, F. (2016). La política en Youtube: la campaña de Macri durante las elecciones 2015. Actas de Periodismo y Comunicación [Internet]. Diciembre, (2). Disponible en: <<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/4167/3388>> [Acceso el 9 de marzo de 2020].
- Selva-Ruiz, D. y Caro-Castaño L (2017). Uso de Instagram como medio de Comunicación Política por parte de los diputados españoles: la estrategia de humanización en la “vieja” y la “nueva” política. El profesional de la información [Internet]. Septiembre-Octubre, (5). Disponible en <https://www.researchgate.net/publication/319865349_Uso_de_Instagram_como_medio_de_comunicacion_politica_por_parte_de_los_diputados_espanoles_la_estrategia_de_humanizacion_en_la_vieja_y_la_nueva_politica> [Acceso el 17 de marzo de 2020].

Comunicación/ponencia en congreso

- Ariza, A. (2016). Las estrategias comunicativas, en Twitter y Facebook, en la campaña electoral presidencial 2015. V Congreso Internacional en Comunicación Política y Estrategias de Campaña [Internet]. 28 y 30 de julio. Disponible en: <<https://www.aacademica.org/andrea.ariza/5.pdf>> [Acceso el 25 de marzo de 2020].
- Castelo, S. (2018). Instagram: política de la intimidad. El caso de Mauricio Macri en la campaña presidencial de 2015. V Encuentro Internacional de Comunicación Política ACOP [Internet]. 21, 22 y 23 de junio. Disponible en: <<https://es.slideshare.net/SantiagoCastelo/instagram-politica-de-la-intimidad-el-caso-de-mauricio-macri-en-la-campa-presidencial-de-2015>> [Acceso el 6 de marzo de 2020].

Fuentes de tipo legal consultadas en internet:

- Justicia cerca. Voto en las PASO. Página oficial del gobierno argentino (para consulta de trámites, servicios y áreas). [Internet]. Disponible en: <<https://www.argentina.gob.ar/justiciacerca/VotoenlasPASO>> [Acceso el 1 de abril de 2020].
- Ley de financiamiento de los partidos políticos, Ley 26.215. Página oficial del Congreso Argentino [Internet]. Disponible en: <<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/120000-124999/124231/texact.htm>> [Acceso el 21 de marzo de 2020].
- Proyecto de Ley. CÓDIGO NACIONAL ELECTORAL - LEY 19945 -. MODIFICACIONES, SOBRE CONTROL DE NOTICIAS FALSAS "- FAKE NEWS "- DIFUNDIDAS POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES DURANTE CAMPAÑAS ELECTORALES. MODIFICACIÓN DE LA LEY 26215. Página oficial del Congreso Argentino [Internet]. Disponible en: <<https://www.hcdn.gov.ar/proyectos/proyecto.jsp?exp=1658-D-2019>> [Acceso el 10 de marzo de 2020].

Foro:

- Grapsas, T (2017). Para saciar la curiosidad: ¿conoce la historia de las redes sociales! [Lista de discusión de internet]. Disponible en: <<https://rockcontent.com/es/blog/historia-de-las-redes-sociales/>> [Acceso el 15 de abril de 2020].
- (2012). El Facebook de Durkheim: Las Redes Sociales como Hechos Sociales [Lista de discusión de internet]. Disponible en: <https://transmillenium.wordpress.com/2012/04/15/el-facebook-de-durkheim-las-redes-sociales-como-hechos-sociales/#_ftn1> [Acceso el 6 de abril de 2020].

Anexos

Campaña de Mauricio Macri en Instagram en 2015

JUNIO



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ EL EQUIPO DEL CAMBIO
Quiero anunciar con mucha alegría y orgullo que mi compañera de fórmula será Gabriela Michetti!

afwvsgaby10, La mejor duplet! @mauriciomacri

ntstajedicka Los mejores!

3.676 Me gusta

14 de junio de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ FELIZ DIA DEL PADRE!! Hoy a la mañana arrancamos el día del padre justico.

vnytya

rochicoco @pocholero me quiero morir

fernandito @rapia heradid

2.967 Me gusta

17 de junio de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Hoy visité a María en Merlo, provincia de Buenos Aires. Una abuela que no pierde la sonrisa.

julietta40738 Amenes!

juanyvobeno Meauri, juró que si me infusa un café con leche y de dudas el largó el voto!

1.697 Me gusta

14 de junio de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Ya son más de 500.000 los voluntarios que se apuntaron a través de: <http://goo.gl/86dyG>

Ahora es tu turno, vos también podés ser parte de este cambio!

lucia_berino Admiración!

little.pampa Sos lo mac Mauricío! Tenés 90 y más año volés cor

1.036 Me gusta

20 de junio de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Compañerita

aidiantofrever Te voy un gran padre... Te voy un gran Presidente! Sigamos con el cambio!

marcelalofrederic @lucianelli Te admiro

3.441 Me gusta

20 de junio de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Con @juliana justica fuimos a visitar una familia numerosa que, entre todos, hicieron su casa de Güirnes.

cameracolela @ M M COÑEJO MUCHO EN USTED!!! LASTIMA QUE LA PARTE AEROPUERTO PARA NO PASO Y HACE FALTA

luciacachazo Confo en la rezovent

2.086 Me gusta

20 de junio de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ La nieta de Doña Sara, Carla, me escribió un mensaje para que vaya a visitar a su abuela en Ceresos.

ridalmezo Yo le mande una carta de visita. Me encantaría me visito Mauricio. Futuro presidente. Mi mayor deseo.

ana_mook Confo en vos Mauricio, así me desolaciones por favor!!!

2.036 Me gusta

20 de junio de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Me recibieron con mucho energía en el abaje.

lucio Juro que me causa muc resignación solo escuchar de l parte la palabra "cambio": un cambio verticalista en la frente to venida bien be!

astiazona La campaña más sana y honesta, en fomento, así invertir fortuna en empujando política,

1.862 Me gusta

20 de junio de 2015

Añade un comentario... Publicar

JULIO



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @Recomiendo Alejandro Brossen y charlando con los vecinos

244 likes

vanhazac: Soy el mejor Mauricio.

elquedecita: Vámonos Mauricio!!!

elquedecita: Estamos con vos #7A84 #viva macri

2.008 Me gusta

19 JULIO DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Con los vecinos de Escobar

244 likes

mirasolvana @mauriciomacri subi a festejar a Mauricio!!!

carolina000100: Feliz por la elección de hoy!!!!

1000 Me gusta

1579 Me gusta

23 JULIO DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Ahora más juntos que nunca

343 likes

omedroque: Que buen día

mariaaguilar1809: Quiero el cambio.

msroque: Los ricos más ricos y los pobres más pobres

3.289 Me gusta

4 DE JULIO DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Cecilia me escribió desde Santiago del Estero para que dijera a su familia que ella que vive en Escobar. Y acá estoy charlando con sus padres Juana y Daniel, también con Patricia, su hermana.

243 likes

raquel.cunha.0cheja.0k

crisrina.figueras.307864: Soy un granito... Mauricio... El futuro presidente de los... Argentinos

1.866 Me gusta

8 JULIO DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Un gran equipo en Florencia Varela

243 likes

rosariokija: Mauricio la gente dice que es el último fusión, que respaldará

rosariokija: Vámonos se puert!

2.267 Me gusta

9 DE JULIO DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Equipo en Avellaneda

243 likes


fatuzq: @seguir sumáale el cambio vos trío, la cultura catetera unida a la derecha neoliberal

maxineha: Vámonos macri dice el mejor equipo que gana o sea!!! @mauriciomacri

1.998 Me gusta

17 DE JULIO DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Con José María, un personaje de Itazaringó

243 likes

anamaria.sabido_coletta: Mi presidente 2.070


vero.puga: Me gusta... Los viajes

roqueito2: Te bancamos macri!!!

1.807 Me gusta

11 DE JULIO DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ 2 años después...

243 likes

pf.juan.manuel.campos: No me regaló nada. Le regaló al país. Seguir discriminando y haciendo sin fundamentos. Gracias @rosariokija

arrienero: @birochiamilli los voy a discriminar siempre a cateteros negros vagos. Llamado a la vida macri y te voy a MANTENER!!!

2.761 Me gusta

11 DE JULIO DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Conced a Sandra y Rubén en la foto Casanova, acá estoy en el momento donde reciben a 60 chicos todas las tardes

renemanuelaramez39 @mauriciomacri te apoyamos desde la casa tu mamá ponga a disposición en casa para cuando quieras venir

facia henein #RA673716

1.570 Me gusta

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Así me recibió Gustavo en su casa, en Del Viso

antesluk Mauricio te felicitó a vos y tu equipo hace 7 años y no iba a capital. Fue esta semana y la M no linda mas limpia y mucho mejor. Cuenta con mi votos!! Felicitaciones

pebto_sebastian_osuna Fuerzas Mauricio, Dios te bendiga, el país se merece, estamos siendo nos!

1.667 Me gusta

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ GRACIAS Un millón de gracias a los vecinos de la ciudad que me dieron su apoyo #VotosJuntos

vivipetita Felicitaciones!! Agrace Mz 2018!!

mariaestrella Felicitaciones. Mauricio 2018!!

3.275 Me gusta

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ #VotosJuntos

enciovero Grande Mauricio ponga mi Esperanza en vos!! Fuerza que muchos somos los que te apoyamos y queremos

griocelarias Ademas de dejar algunos trabajos persona a persona para el voto PROCI

3.201 Me gusta

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Paticando pasos en el centro social de juventud de Vicente López

classicome Cuando venga a Luján soy el San Fernando de as pero estoy viajando ace

soyjuanaria @misalzar

2.305 Me gusta

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Las mejores pizzas de Temperley

yamiluu Vení ese video x favor. Con todo respeto. Gracias

silmarco Que loco

ameid210 @edymasirikaro

2.485 Me gusta

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ En el nuevo paso nivel de avenida Congreso, en Belgrano

vlarcas @tadeo_ruglier vos sos de los malos q vivin de un gremio?? Andá a laburar!!

silvinamomera @tadeo_ruglier yo nunca contesto pero la verdad q no me gusta la gente con prejuicios, yo nunca voté a un socialista. seréon seronista

1.890 Me gusta

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ En Lanús, en buena compañía

silbabro63 Mauricio serás nuestro próximo presidente.

katlacanguel Futuro presidente de Argentina @mauriciomacri

homerofan Chabasso

1.297 Me gusta

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Ariel es un apasionado por los avances, me recibí en su taller en Paraná

schwindt_alejandra De santa fe Mauricio pasa por acá está es parte de un país maravilloso. Lo conocía a Ariel tanto saludable... Múñes

izurieta.patricia Vamos Macri!

1.900 Me gusta

14 de julio de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Con @marizulidal fuimos a El Palomar a visitar a Noemí y Daniel. Tener el deseo de encontrar nuestras propuestas en persona y por eso fuimos a conversar un rato. Gracias por recibirnos!

mauricio.garem Saludos MA 2019 desde Pergamino, vamos por el Cambio en la Argentina, en la Provincia de Buenos Aires y en mi ciudad, saludos Mauricio de Pergamino

2.063 Me gusta

16 de julio de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Lindo día ayer en El Palomar!

chispastellamarie Vamos capo soo lo más

marceandiana Yo también, amigos que nos quieren nos ayude a salir de este pozor! Toda mi fe puesta en él!

1.271 Me gusta

18 de julio de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Con Gabi Michetti en el Día de Mariana

maritza1000 TODO MI APOYO MALIBKO MACRI !!

elidada Vamos Mauricio! Yo también quiero el #cambio desde Tucumán vamosoooo!! 🇲🇦🇲🇦🇲🇦🇲🇦🇲🇦

MAURICIO MACRI Y GABRIELA MICHETTI A DIAS DE LAS PASO SE CALIENTA LA CAMPANA

2.279 Me gusta

16 de julio de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Chicha vive en La Plata, tiene 90 años y está espléndida. Me contó que me escribió una carta pero no se animó a que la lea. De todas maneras, me mostró unas estampitas que me pasaron muy bonito y me llenaron de energía. Gracias Chicha, por tanto cariño.

sebas_bogliano Cuanto olor a choripan

2.214 Me gusta

18 de julio de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Gracias a todos por la confianza que me dan día tras día. Yo también corvilo en ustedes.

pablitopalma Gracias a vos GENO!!! En agosto y octubre GANAMOS!

flaviopegoria @mauriciomacri yo te sigo. Acuerdo al cambio. Por una Argentina mejor para todos.

1.397 Me gusta

18 de julio de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Con @marizulidal no sólo recorrimos el barrio de Merit. También cocinamos (y nos salió muy bien). Estuvo buenísimo!

lunamariaelidadelcarmen Yo tengo fe que con ustedes el pa cambia!

pablo.ari @ulzorronel no viene ni idea de donde estaba JAJAJA

2.160 Me gusta

16 de julio de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ El año en el que empezamos a cambiar

kechderlebe24 #MMXV !

dgrenzo32 Vimos MMXV !!

fiestaseventomariale Estoy con vos MM!

2.656 Me gusta

16 de julio de 2019

Añade un comentario... Publicar

mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ ¿Má sueño? Ver en un país con posibilidades de progreso, me dicen en Québec

afza.mont Dice más tener que acortar algo que está más claro que el agua

haticongangau Future presidente de Argentina @mauriciomacri

1.994 Me gusta

19 de agosto de 2016

Añade un comentario... Publicar

mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Muy agradecido con los comerciantes de La Plata que me compartieron sus historias del barrio

mario.zaballos Mauricio mi última esperanza está depositado en vos como que tenes muy bueno proyecto en mente espero que la campaña por el momento es cielo y estrellas, quiero ver en vivo mi país crecer esa sería uno de mis mayores deseos!!

1.765 Me gusta

19 de agosto de 2016

Añade un comentario... Publicar

mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Marcelo nos invitó a "La Florentina", su local en Moreno. Compartir charlas, risas y una rica table de quesos y hambres. Marcelo nos contó que es un viejo amigo de Martín Ocampo, alias "Medicada", nos divertimos tanto con el apodo que tuvimos que hacerlo para salirlo.

lucia_bonino Sos el mejor!!!!

2.063 Me gusta

19 de agosto de 2016

Añade un comentario... Publicar

mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Esta foto fue tomada en Marlo. Cuando la vi me gustó mucho, transmito toda esa energía y confianza que veía.

ana.ara.virgencia... busca amor en marlo...

can.devere Beravitz, sigue te quiero Mauricio!!

1.502 Me gusta

19 de agosto de 2016

Añade un comentario... Publicar

mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Otra foto en "La Florentina", un negocio familiar que se sostiene con dedicación, amor y esfuerzo.

leonormay Cuando a villa constitución? Acinar en crisis como de personal. Después. Fecha de cierre para parar metal. Ja mismo q inauguró la Kotina. Veni a ver q está pasando

1.606 Me gusta

19 de agosto de 2016

Añade un comentario... Publicar

mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Karina y Romulo son opciones de una revista sobre la industria del vino. Fumosa a visitarnos con Juliana y nos reunimos en los jardines del canal 7 Memozai. Muy lindo lugar!

natty.kaufmann Das a venir a mi casa Mauricio espero que se

m.iles.gv Mendocza es lo más!! la provincia de mis recuerdos y de mi

1.427 Me gusta

19 de agosto de 2016

Añade un comentario... Publicar

Mauricio Macri está en Facebook

Para conectar Registrarse

Mauricio Macri Político

Biografía Información Fotos

PERSONAS

2 000 000 Me gusta

Mauricio Macri

2.257 Me gusta

19 de agosto de 2016

Añade un comentario... Publicar

AGOSTO



mauriciomacri • Seguir

marisvaldi @ Los otros para cuidar los otros de la Provincia! #FuerzasVivas #FADUV

quienes.silvia Venimos por un cambio corral en salud y lo voy a acompañarlo

elguz Venimos Mauricio! Te buscamos por un gran cambio para nuestra querida Argentina! Desde san Isidro meposteo

2.427 Me gusta



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ En la mesa de Martín

nonbarbato Hermosa mesa

silvianautar Hay una persona que está en la historia pero tiene ocular con Instagram????? La pose incongruente?

ameralada ¿Por qué? El nombre

3.457 Me gusta



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Sábado en familia!

lourdestulsa @mauriciomacri

marguierdori Hermosa familia!

natalajedicka Bellos!

Leo gusta a ama, xdr y 3.852 personas más



mauriciomacri • Seguir

natalajedicka Vamos Macri! Presidente!

kristalubena Sinceramente me da miedo que pod'a pasarse al país sino ganas

clariorbreni @abrimosheron gracias por la deferencia y cada vez por bueno somos mas los que pensamos así!

3.807 Me gusta



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Marcelo Nuez es ferroviario. Me escribió prometiendo ser un buen cobrador de maletas (Doy 16 que lo sé). Fuimos con Juliana a Santa Blanca a visitarlo. Nos encontramos en la estación Sud de la Terminal de trenes

vi.ley @imoudi más las NB

c.y.a.l.i.a. _ queremos tren 2. #reclamos #travessan

1.833 Me gusta



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Si me apoyó con tu voto, te invito el jueves a las 17 a replicar esta foto en Instagram, Facebook y Twitter con el hashtag #FotosPorMacri

peki.fashion.lifestyle Perfecta

Navisabena SOY RADICAL DE CUJAL PERO TE VOTO SOCI A

4.770 Me gusta



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Otra foto de Santa Blanca. Marcelo nos contó muchas historias. Una de ellas fue que el año pasado terminó junto a su hija al secundario, compartieron el banco de aula y fue una gran alegría recibirlos juntos. Al momento fue que la Argentina va a ser muy grande mientras todos podamos tener las mismas posibilidades.

vive.arte. @mauriciomacri!!! Qué todo cambio.

2.103 Me gusta



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Esto fue en Santa Rosa (La Pampa) con la familia Fortes-Engh. Estaban un poco nerviosos cuando llegué, pero como dijo Sergio "Que fluya" y así fue. Lo pasamos muy bien, gracias a todos por recibirnos.

ladolohet Tai voz 4 años no alcanzan para reparar décadas ganadas. Pero tengo una fe inmensa en vos Mauricio Macri, porque sos hombre de mundo, porque tenés visión, porque sabés como hacer para que este país se

2.365 Me gusta



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ En cada lugar que recorro, me transmiten energía. Aquí en Avellaneda con Gladys González. Gracias por las muestras de confianza, es un apoyo enorme!
239 años

vrosignol Mauricio te estoy viendo en el 13... La verdad que cada día tengo más ganas de verte Presidente!! Vamos Mauricio!!
239 años Responder

sauremnecher Mauri!!! ¡¡¡ ¡¡¡ ¡¡¡
239 años Responder

2.182 Me gusta
4 de agosto de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ En el piso de Intratables
239 años

delorsalberdi Todos impecables
239 años Responder

julia.hernando Estuviste muy franco y convincente
239 años Responder

mariorivara Excelente
4 de agosto de 2019

4.052 Me gusta
4 de agosto de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ Mirta tiene 57 años y vive en Villa Luzuriaga, partido de La Matanza. Me escribió contándose que ya nos habíamos conocido y que quería invitarme a su casa. Con Gabi fuimos a visitarla y nos habló de su vida, su emprendimiento, su familia y sus preocupaciones. ¡Gracias Mirta por recibirnos!
239 años

alicia.garshoff ¡Claro! Hay que esperar pero corrió en el
239 años Responder

2.003 Me gusta
4 de agosto de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ "SE SENTE, SE SENTE" Mi fan número uno
239 años

gluheria, es tan hermosa
239 años Responder

lusantos10 Qué linda
239 años Responder

Ilanarocio12 Hermosa Antonia
239 años Responder

5.122 Me gusta
4 de agosto de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ Otro foto del día de ayer en La Matanza. Además de tener el placer de sentarme a charlar con Mirta, nació el cariño de muchos vecinos.
239 años

mfinazza Yo te voto
239 años Responder

„antelask Yo te voto mauri! No te olvides d los jubilados y trabajo para nosotros los humildes!
239 años Responder

1.802 Me gusta
4 de agosto de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ ANTONIA ME VOTA :) Hoy a las 12:00 vamos todos en Facebook, Twitter, Instagram... #YoVotoMM
239 años

karinaqema Con vos al 100% Mauricio! Que Dios no de lugar a las injurias y los fraudes! Todo lo que pedí!
239 años Responder

— Ver respuestas (2)

5.829 Me gusta
4 de agosto de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ Esta es otra foto de cuando visitamos Avellaneda con Gladys González. Concurrimos con algunos vecinos del barrio y quisimos pasar a conocer el cuartel de bomberos voluntarios de Dick Sud. Gracias por recibirnos con tanta alegría!
239 años

pe No te olvidas que hoy a las 12:00 cerramos la campaña en internet con #YoVotoMM
239 años Responder

nanaaartio #YoVotoMM
239 años Responder

1.857 Me gusta
4 de agosto de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ NO TE OLVIDES Hoy a las 12:00 todos publicamos esta foto en Instagram, Facebook, Twitter con el hashtag #YoVotoMM Avísale a todos. Gracias!
239 años

lujydsence Yo te VETO
239 años Responder

esabrinar @brunozombardi
239 años Responder

3.752 Me gusta
4 de agosto de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri @ · Seguir

mauriciomacri @ AHORA: #YoVotoaM

239 votos

yanina_coba vamos Mauricio...

239 votos · Responder

carlos francini A nunca aflojar ahora más que nunca te re banco... ¡Símbolam

239 votos · Responder

me gusta Me gusta 6.302 Me gusta

11 de agosto de 2015

Añade un comentario...



mauriciomacri @ · Seguir

mauriciomacri @ Vamos con #YoVotoaM

239 votos

mechialano @Baut_Libro cá...

239 votos · Responder

mario_toscano_hijada Simconvenes la de fufa que tiene encima

239 votos · Responder

me gusta Me gusta 5.733 Me gusta

11 de agosto de 2015

Añade un comentario...



mauriciomacri @ · Seguir

gonzalezfaustil Hermosa familia!

239 votos · Responder

silvia_gutien Hermosa los tres

239 votos · Responder

mariaagular1809 Fotos...

239 votos · Responder

mariana_duarte Que lindos son!!

179 votos · Responder

Me gusta a ana_vdr y 5.826 personas más

8 de agosto de 2015

Añade un comentario...



mauriciomacri @ · Seguir

mauriciomacri @ Leyendo con Antonia

239 votos

rochdr @gospashap amor tod...

239 votos · Responder

cam_rdriguez

239 votos · Responder

cam_rdriguez Que lindosss

239 votos · Responder

Me gusta a ana_vdr y 6.018 personas más

8 de agosto de 2015

Añade un comentario...



mauriciomacri @ · Seguir

mauriciomacri @ YA VOTE!

239 votos

pablo_sebastian_osuna Hola soy Argentina y Porcheño de nacimiento, estamos viviendo con mis familia situaciones muy difíciles por no comunicador hacia Evangelico todos amamos a Dios, pero Dios es vida y no muerte, Jesús es vida y mi familia es la quiero acompañar, extenderle de la tierra por amar a Jesucristo si mañana cuenta ya me asustaron a dos familiares y oido por hacer

Me gusta Me gusta 8.221 Me gusta

11 de agosto de 2015

Añade un comentario...



mauriciomacri @ · Seguir

mauriciomacri @ Se consolida una alternativa en Argentina #Cambiamos

239 votos

mburman Varooooooooooooo! prau!!

239 votos · Responder

fernandolena Varoooooo que en octubre tenes que ganar !!

239 votos · Responder

Me gusta a ana_vdr y 5.963 personas más

11 de agosto de 2015

Añade un comentario...



mauriciomacri @ · Seguir

mauriciomacri @ UNIDOS SOMOS MAS

239 votos

avarezgaby10

237 votos · Responder

etsobernal EN TUCLMAN NO HAY DEMOCRACIA SI NO NOS CONVENCE LE OPONIAMOS SON CADONES Q NOS HICIERON FI. VERSO COMO

Me gusta a ana_vdr y 9.835 personas más

11 de agosto de 2015

Añade un comentario...



mauriciomacri @ · Seguir

mauriciomacri @ Gracias a cada uno.

239 votos

patricia_mauricio Presidente

237 votos · Responder

monicamebeltrouges MI presidente

237 votos · Responder

mirta_ortellado CIUDAD MAURICIO con los caballos de fuego

Me gusta Me gusta 7.813 Me gusta

11 de agosto de 2015

Añade un comentario...



SEPTIEMBRE





mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Ayer en el centro de jubilados de Corán, Entre Ríos. Gracias a todos los que nos recibieron con tanta alegría.

235 likes

jaanchelopen Que lindo sonrisa se nota la espontaneidad y amor que tenes con tu abuela Zulma

225 likes Responder

collagencas211 Grande Mauricio ,sus el futuro !!

2.331 Me gusta

1 de septiembre de 2016

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Gracias a todos los voluntarios y fiscales de Presidencia Siero Peña, Chaco.

235 likes

charlegim, Que grande macri

225 likes Responder

sandra.mir.Fuerzas47por.favor

222 likes Responder

paslennrendaoficial.Cruce.en.Macri

2.090 Me gusta

1 de septiembre de 2016

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Durante la recorrida en Entre Ríos, también visité Villa Elisa. Esta foto es en la planta de la cooperativa Arroceros.

235 likes

Wlanacouta, Mi Presidente.

225 likes Responder

2.072 Me gusta

1 de septiembre de 2016

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @

235 likes

miniduo33 Espectacular reportaje !!

225 likes Responder

gonzastories Varios @pensare

225 likes Responder

sandri96 Excelente entrevista!

225 likes Responder

rina_diaz3 El programa de Ale Fierro estuvo excelente. Escuchar

2.251 Me gusta

4 de septiembre de 2016

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Junto a los educadores y fiscales de Concordia, Entre Ríos. Una vez más, los agradezco por ser parte.

235 likes

7cimladenecca332 Qui alegría y esperanza, me daste ayer en lo de farinos, cuando dijiste q querias tener un estudio, como el de Felandis, me encantaria q mi hija q esta año termina el jardín, siga una educación así... la única manera q salga adelante como país es tomar los malos ejemplos, en

1.450 Me gusta

4 de septiembre de 2016

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Un lindo encuentro con los fiscales y voluntarios de Santa Fe.

235 likes

fflor1 @soiga.villafefe para ser fiscal te podés anotar en

2.611 Me gusta

4 de septiembre de 2016

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Les comparto una foto de cuando estuve en el empaque frigorífica San Formosa, General Roca, Río Negro.

235 likes

2.551 Me gusta

4 de septiembre de 2016

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ En Esperanza, Santa Fe, durante mi visita a la curtiembre sadosa.

235 likes

anamacald Ayer por la noche fui a correr por los bosques de Palermo,

2.183 Me gusta

4 de septiembre de 2016

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Hace unos días pasé a saludar a los operarios de la fábrica Gas Oil en Neuquén.

236 vees

dsagobertario Solo espero que Mauricio Macri haga con el país, lo

2.180 Me gusta

7 DE SEPTIEMBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Hoy en Mondoza con Julio Cobos y Alfredo Cornejo visitamos un frigorífico en Guaymallén.

234 vees

mauri_disep MM 2015!

234 vees Responder

1.759 Me gusta

8 DE SEPTIEMBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Hoy Arcor nos recibió de la mejor manera en Arroyito, Córdoba. Gracias!

234 vees

victoriaperez00 Vamos por el cambio!

234 vees Responder

carmenromero12 Quiero un cambio profundo en suspechas ni malos entendidos, es el momento de dar vuelta la página negra de la corrupción. Mauricio es el

3.345 Me gusta

8 DE SEPTIEMBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Quiero que conozcan al "MacriNovi". Con él vamos a recorrer todo el país... Cada día el cambio está más cerca.

234 vees

roosbeatini1181 Hoy se que vienen a Lincoln (¿a que hora?)

234 vees Responder

xkcento EL MACRINOVI

234 vees Responder

3.366 Me gusta

8 DE SEPTIEMBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Les comparto una foto de Córdoba. Ver esto me hace pensar en un país reconciliado, unido y de crecimiento para todos. El cambio es ahora.

234 vees

shiviopeluffo Hooooooo que ganar por favorrrrr

234 vees Responder

marcosantonia.pedilla.1 Jaja ahora entendí el artículo

2.764 Me gusta

11 DE SEPTIEMBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Feliz día a todos los maestros!

234 vees

plantbasedbaletti @nori, allen sí sí, ahora ENTIENDG el contexto... Y una pregunta: cómo se resuelve? :)

3.076 Me gusta

11 DE SEPTIEMBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Un lindo momento de sonrisas contagiosas con los vecinos del barrio Geniarrieta, Ameghino Brown.

234 vees

lanotoreses Yo creo en el cambio!!!

234 vees Responder

sosaajuljeta Creo en el cambio.

2.348 Me gusta

11 DE SEPTIEMBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • A la mañana pasé a saludar a los trabajadores de la metalurgia del Parque Industrial Comera en San Nicolás. Me encontré con un grupo de gente comprometida y trabajadora. Yo también tengo un compromiso: con ellos y con todos los argentinos y es el de garantizar más puestos de trabajo y con mejores condiciones. ¡Gracias por recibirme!

234 vees

investigadys.farias.eres.nuestro.esperanza.mauricio...verlos.q.se.pueden!

2.336 Me gusta

11 DE SEPTIEMBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar





mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Les comparto una foto de ayer durante la recorrida en la obra de los talleres de la línea H. Lo felicito por el impecable trabajo que realizaron en las nuevas formaciones.

caferalru Mauricio, Maso trabaja para Scioli! Pero a no preocuparse porque la gente no quiere más agresividad y mentiras. Y Maso es agresivo y lo que dice no es verdad! Es insuaduro. Vamos con propuestas que cambiamos!

2.168 Me gusta

23 DE SEPTIEMBRE DE 2018



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Ayer de caravana en Laboulaye, Córdoba. La lluvia no nos detuvo.

leocetano05 Yo lo sigo a Mauricio porque cree en el cambio que propone !! Vamos Mauricio!!

2.522 Me gusta

23 DE SEPTIEMBRE DE 2018



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Un orgullo estar acompañado de tantos jóvenes que serán parte del futuro de San Luis.

juanpablopedernera @jorgelania

2.178 Me gusta

23 DE SEPTIEMBRE DE 2018

Mauricio Macri @mauriciomacri

Yo me comprometí a debatir. ¿Por qué @DanielScioli no quiere explicarle a la gente cuáles son sus propuestas?

23/9/15 16:28

mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • #DebatePresidencial

grisel2008 Porque es el debate el que accionan no saber que decir...

halefff No me voy lo q dice por la TV! Vos decís palabras como en el país... Xq no lo hacen en capital?

4.833 Me gusta

23 DE SEPTIEMBRE DE 2018



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Después de la caravana que hicimos junto a María Eugenia y Ramiro Ortiz. Algunos vecinos de Azul, Provincia de Buenos Aires, se acercaron a saludar.

2.099 Me gusta

23 DE SEPTIEMBRE DE 2018



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Volver de una larga recorrida y tener este recibimiento.

jaeminpar_777

lopez_johanne @cesardominguez30

mirta.garcia.9083 Padrazzi! Por amor a vos Nina va a estar de...

5.466 Me gusta

23 DE SEPTIEMBRE DE 2018

mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • CAMBIEMOS

daniela.cantaro Vamos Mauricio!! CAMBIEMOS!!

gabryela81 Me siento esperanzada! Vamos Mauricio CAMBIEMOS!

0.335 Me gusta

28 DE SEPTIEMBRE DE 2018

MACRI
PRESIDENTE



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • MAURISTORTIAD Me mandaron una caja con tortas. Una tiene mi cara, otra tortita es de mi carrera celeste (es un chiste porque siempre ando con caritas celestes) y otra con los globos del Pro). Reguladoras! Gracias Me!!

johasgonzalez @razabirregio al universo completa a tu favor Ovidio JAKOJE

2.670 Me gusta

30 DE SEPTIEMBRE DE 2018



OCTUBRE





mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ TRABAJADORES SIN IMPUESTO A LAS GANANCIAS
231 views

maguicamean Y por todos los trabajadores del país

2.046 Me gusta

8 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ #Report @juliana.awada
Ferro a pleno.

claudia_z310 Vamos Mauricio! Vamos por el cambio!

paupifina Nos quedo chico Ferrati! Somos muchos los que queremos el cambio!

3.412 Me gusta

4 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Hoy en Ferro #MacriPresidente

sebas_beghiane Vamos morir! le quise

martincorati A penevoooco

adolfoarando Vamos que

3.980 Me gusta

4 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ #Report @juliana.awada

camilemas "lo solo que es EMBARRAZAJA" JAJAJAJAJAJAJA

buteler4 Comencé y todos los q ponen groserias, les pregunto?? Por casualidad como planean?? Les gusta el modelo actual de País?? El cual esta desmoronado

5.120 Me gusta

4 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Escuche muchas ideas veloces y me gustaria profundizarlas a partir del 19 de diciembre. #ArgentinaDebate

ferrosdiazola Voten con lo bueno , que la educacion y la seguridad

5.231 Me gusta

6 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Ayer durante la inauguración del MetroBus de AU25 de Mayo.

Gracias al MetroBus hay 120 mil personas por día que se benefician y viajan mejor en hora pico.

enzo_np23 @lucia_bonino ahi esta!

2.822 Me gusta

6 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Hoy Javier Macchero vino a participar de nuestra reunión semanal de Gabinete de docentes y alumnos de la Ciudad y tuvimos la oportunidad de hacerle algunas preguntas. Siempre lo admiré, creo que es la representación de un dirigente positivo, que es lo que queremos para Argentina.

frangolzar@candidez @stuvilami @medicinas macherofatti

4.581 Me gusta

6 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ 1.000.000 DE CRÉDITOS HIPOTECARIOS A 30 AÑOS #PropuestasCambios

eryka2015 Me pasa como lle cobro una jubilacion de 4400 y tengo acceso a un credito de 440000 facilidos y las cuotas con la casa cuando me muera y se la pueden dar a otro

lucardano Con mi trabajo sudan

2.348 Me gusta

6 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar





mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Sabemos que podemos más. Unidos me comencé a dar de qué vale la pena esta tarea de emprender una Argentina mejor.

228 años Responder

aguilarcas27 Ojalá se logre el cambio... Así no vamos a ningún lado... No hay nada pensado a largo plazo. No hay planes. Todos mentirosos de alcornoque...

228 años Responder

3.143 Me gusta

14 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Cuatro

228 años

netibata Feliz cumple! 🎂🎉🎉🎉 para la retro de la casa! 🤗

228 años Responder

colindecambrene Feliz cumple, hermosa! @juliana.awada

228 años Responder

Les gusta a anna_ydr y 5.126 personas más

14 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ En Eldorado. Vamos #Mision25!

228 años

tere_2691 Vamos Mauricio!!! Por el Cambio que estoy esperando hace mucho tiempo.

228 años Responder

teleyaco ignorantes plenarios acá no va @toma go anda a destilar veneno a tu página MISION25

228 años Responder

3.175 Me gusta

14 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Tenés que animarte.

228 años

maudecabo Quiero que digan 3 motivos para votar. Y que NO sean voto porque en la OPINION, cosa que me dan 3 motivos reales, contundentes, con miradas objetivas. Porque hasta la que ahora escucho es que le votan "para sacar a la boca" y yo quiero motivos para votar. Hay que ser conscientes, no votar por votar, sino saber PORQUE votar.

228 años Responder

3.730 Me gusta

14 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ En #AM con @juliana.awada

228 años

mauriciomacri @ comentando cosas de MBI con @juliana.awada... en todo caso, la bonafide de la manija Yoi y la federal. Votara. MBI maneja la metropolitana

228 años Responder

gallermendez Muro, no comento cosas con un casete.

228 años Responder

2.889 Me gusta

14 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ En #SantaFe (Division por el cambio y el entusiasmo con el que me acompañan en cada visita)

228 años

andriand47 Mi voto es x el Cambio. #FuerzaMauricio

228 años Responder

limonetta12 Te voté! Pero quiero lectaciones claras en hospitales 🤔

228 años Responder

2.448 Me gusta

14 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @

228 años Responder

vanesa_barbaci Que sino despidan a sacarias las retenciones a la ganancias y que amarroquen plata. Si me lo matan Como les robo todo? Gente pelotuda.

122 años Responder

Les gusta a anna_ydr y 3.379 personas más

14 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Somos nosotros los que tenemos la decisión. Cambiemos

228 años

pachisa Lléven sus propias bonetas!

228 años Responder

glan95 Ojalá podamos!!!

228 años Responder

aida_bon_OJALA... adelante me voy con el presidente

228 años Responder

3.230 Me gusta

14 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ UNA SOCIEDAD ES TAN BUENA COMO EL TRATO QUE LE DA A SUS ABUELOS.

229 comentarios

marcos_rotela Que grande y patrica b sabe de jubilados. No???.

2.192 Me gusta

14 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Susana también quiere un cambio. #Cambiamos

229 comentarios

linalimos_mezasdukes Qué lindos los dos...👏

lan_Lina Y si mira la vida que tenia el lado, mas derechos imposible. Tai para cual

5.817 Me gusta

11 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ #Cambiamos está listo para representar a todos aquellos que quieren un cambio.

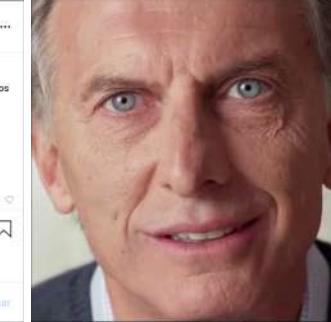
229 comentarios

chicheblanco1949 U

2.475 Me gusta

15 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Si realmente queremos cambiar, #Cambiamos el 25 de octubre.

229 comentarios

vero_potyabali Te amo presi!!!!

valentina_yellu11 Te amo presidente sos el mejor y un buen presi. Para la argentina 🇦🇷

4.076 Me gusta

14 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar

Mauricio Macri @mauriciomacri

Hay

mauriciomacri @ Llegó la hora de decir lo que se piensa de ningún modo, llenos de confianza y alegría. #Cambiamos

229 comentarios

nany88 Desde principio de año se los digo!!! #MA2019!!!

adry_cortes #MA2019!!!!

3.984 Me gusta

16 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ (Regalo de campaña)

229 comentarios

anamariacrisi El futuro está!!!

lourhernandez Quiero un vaso!

lourhernandez @lourhernandezca

2.764 Me gusta

16 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ La alegría de que todo está por empezar. @maruvidal llega con el entusiasmo de aquello que está por empezar, con la esperanza de que todo va a estar mejor, con la alegría que nos da la #Argentina una nueva época comienza. #Cambiamos

229 comentarios

3.067 Me gusta

16 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ De casa en por @SanJuan. Gracias a todos los sanjuaninos.

229 comentarios

mbrun699 Yo voy a votar por vos

3.064 Me gusta

16 DE OCTUBRE DE 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Esta mapa muestra la ubicación de los más de 800.000 voluntarios que apoyan a #Cambiemos para esta elección presidencial. Cada punto amarillo un amigo.

229 likes

lucreciamiles Yo soy voluntaria! Y a diferencia de los de la campaña, nosotros no lo hacemos por un plan, lo hacemos por amor a nuestro país y para apoyar a la persona que creemos capaz de sacar adelante nuestro país! Vamos mi presidente

4.082 Me gusta

11 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Hoy en #SanMartín junto a Gabriela Michetti y María Eugenia Vides.

Las mujeres argentinas son testimonio de todo lo que se puede hacer, de los valores que nuestro país necesita. #Cambiemos

229 likes

ana_ester_rodriguez Mauricio y Gaby les enseñó todo lo que se puede hacer, de los valores que nuestro país necesita. #Cambiemos. Dios quiera que el sueldo giremos con la

3.710 Me gusta

11 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Despiégala mide: 87 centímetros de largo por 19 de alto. Pesa menos de 1 gramo. Nunca una ficha de papel tuvo tanto poder. #Cambiemos

229 likes

valpriestegalo Vamos por el cambio

229 likes Responder

valpriestegalo

229 likes Responder

5.618 Me gusta

11 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Mamá

229 likes

emilia0801 Mauricio mucha fuerza!

229 likes Responder

piantaza Vamos Mauricio!! A ganar y traer paz y progreso a nuestra valerosa Argentina!!

229 likes Responder

elbarbaro Fue la foto!!!!

3.757 Me gusta

11 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ JUEVES 22 a LAS 17:00 COPAMOS FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM.

Quiero proponerle que el jueves 22 de octubre a las 17:00, publique en Facebook, Twitter, Instagram, una foto que dice simplemente: "Yo lo voto". Cuento con vos: #YoVotoAM

229 likes

alejandropozaleva Macri presidente!

229 likes Responder

6.907 Me gusta

11 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Si que podemos hacer un país grande, en equidad, que genere oportunidades para que cada persona pueda crecer. #Cambiemos

229 likes

la_cochita_de_alicia Tienes mi voto!!!

229 likes Responder

lauranbrazzani YO TE VOTO, COMPRO Y QUIERO CREER EN TODO LO QUE DICIS. ¡SI! A LOS

3.409 Me gusta

11 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Es el momento. Llegó la hora. #Cambiemos

229 likes

micabasso ES HOY PERRO ES! @lauraguar @noventa_morale @salsadonna

229 likes Responder

josefranoble @maruonetti

229 likes Responder

BarbaritaDePina

4.547 Me gusta

11 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Llegó el momento de que Argentina se ponga de pie. #Cambiemos

229 likes

gimenezca Ajuste el cambio, aguarite Macri!

229 likes Responder

maribastel #CAMBIEMOS - MACRI PRESIDENTE - GABRIELA MICHETTI VICEPRESIDENTA - VIDAL GOBERNADORA -

3.910 Me gusta

11 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ Ahora, con @luzana.avada en #MorriTicke

228 likes

anagabrielaemato @cambienos con fe el domingo. Visualizar el video. Nada es imposible. Lo que tengas en tu mente lo tendrás en tu mano. #M2015 por el país soñado.

228 likes Responder

mariaelias7110 VAMOS MAR!!!!

4.687 Me gusta

10 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ Venos! #Cambienos

228 likes

angelmasa03 VENEZUELA REFLEJATE EN EL TIRIFNO DE NUESTROS AMIGOS ARGENTINOS Y #mauriciomaci. EL CAMBIO VIENE ESTE 6 D A VOTAR! @venezuela en resistencia @venezuela @leopoldofozcal

228 likes Responder

adrianameli VAMOS!!!!

4.978 Me gusta

20 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ Ayer visitamos a Margarita Barrientos en Los Pletanos, un barrio que transformamos cuando llegamos a la Ciudad y es un ejemplo de lo que queremos hacer en todo el país. Por eso seguimos compartiendo nuestras propuestas de entregar 750.000 escrituras y otorgar 1.000.000 de créditos hipotecarios con cuotas amilables a las de un alquiler; construir 4.000 Centros de Primera Infancia y más de 3.000 jardines de infantes e implementar la Asignación Universal por Hijo para todas las familias. #Cambienos

228 likes

4.151 Me gusta

28 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ Cuatro pedrito que el domingo 25/10 me votes, que entres al cuarto oscuro contento, que tengas la botella de #Cambienos, la oigas con cuidado, la guardes en el sobre, la pongas en la urna y saigas con la sensación firme de que algo bueno va a pasar.

228 likes

mquijate gym tic Pura piadr

228 likes Responder

hualdehualde Alta foto

5.885 Me gusta

31 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ NO TE OLVIDES: El jueves 22 a las 17:00 copamos las redes sociales. La idea es que todos publiquemos en Facebook, Twitter e Instagram una foto con el hashtag #YolovotoaMM

228 likes

tattopaladino14 @serrojoa15 Cuando quieras te paso fotos de como se vive en Venezuela, todo lo que tenemos que hacer para sobrevivir para conseguir comida productos básicos y de higiene personal! Deberías pensar un

1.590 Me gusta

31 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ 12,3 AHORRA! Legó el momento #YolovotoaMM

228 likes

yvana2017 Desde Villa maria Carolina tambien te apoyamos vamos x el cambio a una argentina mejor y sin K ...

228 likes Responder

barbaralucia Vamos. Yo lo voto @magedisfuro 🇲🇵🇲🇵🇲🇵🇲🇵

1.590 Me gusta

31 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ LA UNIÓN HACE LA FUERZA! ¡Pasa lo vezi! #YolovotoaMM

228 likes

katyacheca #YolovotoaMM2015

228 likes Responder

emiliana Yo lo voto

228 likes Responder

nonenonenas La hicimos M M2015

5.796 Me gusta

31 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomaci • Seguir

mauriciomaci @ ELLA ME VOTA hoy a las 17:00 vamos todos en Facebook, Twitter, Instagram... #YolovotoaMM Descargá la foto en http://mauriciomaci.com.ayelovotcaMM

228 likes

sofi Jazano La mejor @khalidzaro

228 likes Responder

catarina 🇲🇵🇲🇵🇲🇵🇲🇵 me amoy

7.509 Me gusta

31 de octubre de 2015

Añade un comentario... Publicar





mauriciomacri @ • Seguir

mauriciomacri @ Una noche inolvidable.

228 views

euge_oliva...fran_oliva, Te veo como nuestro salvador... Sabó el apl... Muy sincero eso me inspira tu mirada. Mjca se q es un camino duro... es una vergüenza lo q han hecho los q con nuestra Argentina... Y así en la provincia no se puede creer... Gracias a Dios la mayoría de los pueblos de la provincia queró el cambio... Por a en lozama...

Les gusta a **anna_ydr** y **16.677** personas más

26 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri @ • Seguir

mauriciomacri @ Empezó una revolución de alegría en la República Argentina. #HayBastante

228 views

descaizocartos Mucha fuerza y suerte queremos proveer a los coruistas

222 views Responder

grachu22 vamos presidente con alegría y mano dura !!!

223 views Responder

26.016 Me gusta

26 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri @ • Seguir

mauriciomacri @ Ya estamos en el bñiser

228 views

andrea.marzucab0 PorQn no dejan de jodearte q que lindó deo Cristina!PorQe tanto odio?

227 views Responder

ambrosiaca Porque a los que laburamos 12 hrs a día. Nunca me dio nada y a los vagoes les dio todo ziones niemas en las locuras la

Les gusta a **anna_ydr** y **13.877** personas más

26 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri @ • Seguir

mauriciomacri @ Inmensamente feliz por la gobernadora que va a tener la provincia de Buenos Aires @maruzuki

228 views

lopeznerka_@valeria_servier*

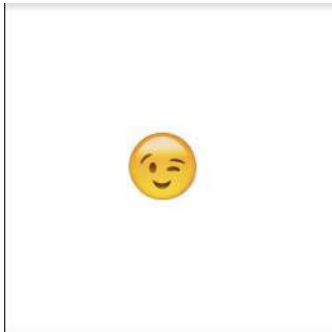
227 views Responder

graciela.varela.7 No entiendo lo genio que se meten en ellos para insultar Será que no tienen argumentos? Hay q estar su odio en otra parte Unidos también van a disfrutar el cambio si total BRUTOS

Les gusta a **anna_ydr** y **12.779** personas más

26 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri @ • Seguir

mauriciomacri @ Esperando.

228 views

mandabibah Graciodew

227 views Responder

ricodewk @jkanabbati B'M

227 views Responder

ineffective MACRI PRESIDENTEEEEEEEEEEE

Les gusta a **anna_ydr** y **12.915** personas más

26 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri @ • Seguir

mauriciomacri @ GRACIAS, GRACIAS, GRACIAS...

228 views

ursula_andrea_martinez Yo fel... los demás no me importa bla... E... hablen que es gratis yo cambiooooo!

228 views Responder

rocoibelen474 Gracias a vos

225 views Responder

Les gusta a **anna_ydr** y **22.307** personas más

26 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri @ • Seguir

mauriciomacri @ Que tanta gente se haya animado va a hacer que muchos otros se levanten y se contagien de este entusiasmo.

228 views

fabri_lortegat2 Vamos mauricio!

227 views Responder

cognociva Este es el cambio que nuestras futuras generaciones necesitan! Sin fanatismo, y poniendo al País como primero referencial! Este fue el primer

9.953 Me gusta

27 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri @ • Seguir

mauriciomacri @ 8.382.610 DE GRACIAS A cada uno que votó por el cambio.

228 views

instalecionerjo Gracias a ti Mauricio por dar esperanza de cambio a este país

226 views Responder

romi_luetti Gracias Mauri!

225 views Responder

11.783 Me gusta

27 de octubre de 2019

Añade un comentario... Publicar





mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • ¿Te gusta la canción? Descárgala en mi soundcloud. #EstoyConVos

rochrosenfeld NUEVO DESPERTADOR 📞📞📞 lemon @bollecasiano

lemye_astudillo Si sí Mauricio presidente

6.998 Me gusta

11 de octubre de 2019



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • #Cambiamos

milagresviva Te olvidas de todo lo que dije en 2011 por lo vici!!!

carlesteferari @calentru26

m.delcoba

7.832 Me gusta

11 de octubre de 2019



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Faltan tres semanas para la elección definitiva. Son tres semanas decisivas. Queremos pedirte que te sumes al equipo de #Cambiamos para ayudarnos a difundir nuestro mensaje. En mi web vas a encontrar la opción para sumarte.

7.022 Me gusta

11 DE OCTUBRE DE 2019

NOVIEMBRE



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Abrimos los ojos y no los voláramos a caer!

malenuchh @achulemri @frangomelena @maggiocavem @coocerynthia la cyn esta con nosotros #Cambiamos

adriquis Creó en Mauricio, y todo su equipo. NECESITAMO UN CAMBIO Y RAJON.

7.554 Me gusta

1 de noviembre de 2019



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • El desafío. #Cambiamos

eduardocca81 @marizavillob

marizavillob Si los argentinos pierden la oportunidad de tener un buen presidente, están tan perdidos como estamos los venezolanos con el peor gobierno de nuestra historia. Vamos a encontrar los caminos un

6.698 Me gusta

1 de noviembre de 2019



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Viendo a Boca con Antonia y Adrián Susé.

nicolasmerloz? La cancha de tu madre macri puista los palcos en boca para ganar plata vendiendo los pases a la gente tiene plata y los. Q quieren ir a la cancha tienen que mirar al lado de un pagado la cancha tu madre nunca haciera toda tribuna. A La cancha todos sean iguales.

Les gusta a arma, ydr y 14.249 personas más

1 de noviembre de 2019



mauriciomacri • Seguir

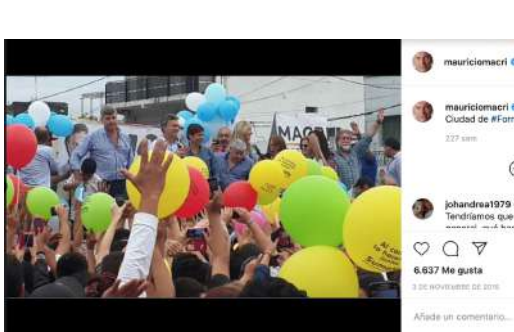
mauriciomacri • Este momento de alegría se vive porque los argentinos nos dimos cuenta de que podemos #Cambiamos

efi_animato Adorables! Sigue adelante Mauricio... es muy nob tu actitud

ana_brandalosi cambiamos!!!!

6.588 Me gusta

1 de noviembre de 2019







Cierre de la campaña
Jueves 19 de noviembre - 18:00
HUMAHUACA

Este domingo, durante el debate, lo pido que haga "retweets" de lo que voy a decir.
El cambio está cerca.

MAÑANA NECESITO TU AYUDA EN TWITTER. Durante el debate presidencial del domingo vamos a ir publicando en mi cuenta de Twitter (@mauriciomacri) los puntos más importantes, nuestras ideas, proyectos y todo lo que podemos hacer a hacer juntos por el país. Tu ayuda para como la voz y hacer que el mensaje del cambio llegue cada vez más lejos es fundamental. Podés hacerlo reafirmando nuestras publicaciones y acompañándonos con el hashtag #MacriPresidente para demostre tu apoyo. Falta muy muy poco. Cuenta con vos.

Yo cambio.
#YoCambio

El primer cierre digital de campaña! El jueves a las 18 vamos todos juntos con #YoCambio y esta foto en las redes.

14.397 Me gusta

Yo veo a los argentinos muy contentos. Quienes tienen miedo son los que gobernaron y temen perder los privilegios.

Me parece que es lo de menos si es o no presentable el señor presidente, lo que debería preocupar es su presentable o no.

Vamos a trabajar para tener la mejor educación pública de Latinoamérica. Lo más valioso son nuestros docentes.

#MacriPresidente

Les pido que no nos resignemos a vivir tras las rejas. Volvamos a trabajar juntos para recuperar la paz y la tranquilidad.
#MacriPresidente

#MacriPresidente

Faltan minutos. Durante el debate, trabajemos todos con #MacriPresidente. El cambio lo hacemos juntos.





mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Vamos Argentina, Vamos Cambios, Cambemos, Vamos todo al macrista Gracias de corazón. #YoCambio

224 posts

nupeshh @vicky_sarmento "dein" con e +D chau

224 likes · Responder

nupeshh Casadual con "e" +D chau @vicky_sarmento

224 likes · Responder

17.224 Me gusta

18 de noviembre de 2019

Añade un comentario...

Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ EL MOMENTO LLEGO, EL CAMBIO ES AHORA.

224 posts

ahha.dimarco4 Espero Mauri que con tu equipo no defraude nuestra esperanza. Por supuesto no es delegarles es comprometerse a trabajar todos por la Patria y no para el bolsillo de algunos.

224 likes · Responder

Les gusta a **anna_ydr** y **18.349 personas más**

18 de noviembre de 2019

Añade un comentario...

Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Vamos a enfrentar al narcotráfico y echarlo de la Argentina para que no destruya más familias #YoCambio

224 posts

ara_gloria_saberes @sil_cherno no se nota o sabes leer por algo esas acá

224 likes · Responder

Milchete Ay pobrecita @ara_gloria_saberes si se leer, y es más no son raras una. Constanza

224 likes · Responder

12.819 Me gusta

18 de noviembre de 2019

Añade un comentario...

Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Se acaban las banderas que nos ponen de un lado o de otro. Ahora es todos juntos, trabajando por Argentina #YoCambio

224 posts

leonela_mh @pascavillos dejar de usar y recibir paradas, respect democracia 100%

224 likes · Responder

malmirani @carlomag_pandolfo no soy, vota a Bini en la anterior elección. Igual te saro que

224 likes · Responder

13.847 Me gusta

18 de noviembre de 2019

Añade un comentario...

Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ Esperando.

224 posts

paula_vallina Lo hare con el orgullo de saber que mori por todos los

224 likes · Responder

Les gusta a **el_kilombo** y **36.616 personas más**

22 de noviembre de 2019

Añade un comentario...

Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ HOY ES UN DÍA HISTÓRICO.

224 posts

lorcurax Sos alguien muy vanidoso y arrog

224 likes · Responder

nicole_perihou Macri cambiando los votos.

224 likes · Responder

Les gusta a **lucia_jolasco** y **31.208 personas más**

12 de noviembre de 2019

Añade un comentario...

Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri @ ¡Ea acá y ea ahora! (Vamos Argentina) #Cambios

224 posts

erickron_@silsegubelaido @bautivillanueva EEUU esta lefuti!

224 likes · Responder

bautivillanueva Jajaja pesamos de menos a politica @erickron97 @silsegubelaido

224 likes · Responder

Les gusta a **caedelatar** y **50.764 personas más**

19 de noviembre de 2019

Añade un comentario...

Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • ¡SI, SE PUDIERO!
#Cambiamos
224 sees

meryfabrega Vamos Macri!!! Genio
212 sees Responder

valenqerf Momento de muchas lindas emociones... Se lo merecen, estoy con vos
215 sees Responder

Me gusta

32.227 Me gusta
14 de noviembre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Estoy acá para ayudarlos a encontrar el camino de desarrollo de sus familias, de su felicidad. #Cambiamos
224 sees

soledadpaez @egocornelia... odio, a el tribu
219 sees Responder

guledural #macriestun crack
219 sees Responder

Me gusta

Los gustó a anaia_xfr y 48.498 personas más
14 de noviembre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Gracias, gracias, gracias, a todos los argentinos.
224 sees

diegoosegura Tienes razón
221 sees Responder

diegoosegura Vamos MACRI

Me gusta

14.559 Me gusta
14 de noviembre de 2015

Añade un comentario... Publicar



mauriciomacri • Seguir

mauriciomacri • Ustedes hicieron posible lo imposible con su voto. Lo que nadie creía. #Cambiamos
224 sees

oresoggi @fontanes3 yo también
221 sees Responder

susanaabate_20 POR FIN, DESPUES DE TANTO TIEMPO... VOLVIO LA DEMOCRACIA!!!
221 sees Responder

Me gusta

26.439 Me gusta
14 de noviembre de 2015

Añade un comentario... Publicar