

REFRACCION

REVISTA SOBRE LINGÜÍSTICA MATERIALISTA

Hacia una topología del campo político de la Argentina contemporánea. Nueva derecha y hegemonía discursiva

Towards a topology of the political field in contemporary Argentina. New right and discursive hegemony

Mariano Dagatti

Centro de Innovación de los Trabajadores (CITRA, CONICET/UMET)

Universidad Nacional de Entre Ríos (Argentina)

mariano.dagatti@uner.edu.ar

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5560-7489>

Páginas: 34-68

Recibido: 12/03/24

Aceptado: 23/04/24

Resumen

La hegemonía es uno de los términos más relevantes en la literatura política de los últimos cuarenta años, al punto de integrar el núcleo duro de algunas de las principales teorías contemporáneas en el ámbito de las ciencias sociales y humanas. La teoría del discurso social de Marc Angenot –formulada a mediados de los años ochenta– hace de la hegemonía discursiva una noción clave para indagar el sistema de reglas que organizan lo decible y lo pensable en una sociedad determinada. Siete componentes integran su arsenal de herramientas analíticas; entre ellos, la topología o sistema topológico, que resulta útil para describir los posicionamientos de diferentes actores o formaciones sociales en un campo o mercado cualquiera. Este artículo describe de forma específica –diacrónica y sincrónicamente– la topología del campo político argentino de la última década y brinda elementos para explicar la emergencia de una fuerza política de extrema derecha como La Libertad Avanza, que gobierna actualmente la Argentina. La explicación incluye un estudio del relato fundacional del nuevo gobierno como una exploración de sus circuitos de mediatización.

Palabras clave: Hegemonía, Discurso Social, Topología, Nueva Derecha, Argentina

Abstract

Hegemony is one of the most relevant terms in the political literature of the last forty years, to the point of integrating the hard core of some of the main contemporary theories in social and human sciences. Marc Angenot's theory of social discourse - formulated in the mid-1980s - makes discursive hegemony a key notion for investigating the system of rules that organize what can be said and thought in a society. Seven components integrate its arsenal of analytical tools; among them, the topology or topological system, which is useful to describe the positions of different actors or social formations in any field or market. This article describes specifically the topology of the Argentine political field of the last decade and provides elements to explain the emergence of an extreme right-wing political party such as La Libertad Avanza, which currently governs Argentina. The explanation includes a study of the foundational narrative of the new government and an exploration of its mediatization circuits.

Keywords: Hegemony, Social Discourse, Topology, New Right, Argentina

1. Introducción

“Pocos términos son tan relevantes en la literatura política contemporánea, técnica o polémica –señala Perry Anderson–, como el de hegemonía, aunque su difusión sea bastante reciente, como revela inmediatamente una mirada a los fondos de cualquier buena biblioteca” (2018, p. 5). ἡγεμονία “deriva del griego *eghesthai* que significa conducir, ser guía, ser jefe, o tal vez del verbo *eghemonero* que significa guiar, preceder, conducir, y del cual deriva estar al frente, comandar, gobernar” (Gruppi, 1978, p. 7). Como sustantivo abstracto, aparece por primera vez en Heródoto, para designar el liderazgo de una alianza de ciudades-Estado para alcanzar un fin militar común, posición de honor concedida a Esparta en la resistencia frente a la invasión persa de Grecia.

La definición tradicional de *hegemonía* es, según Raymond Williams en *Marxismo y literatura*, “la de dirección política o dominación, especialmente en las relaciones entre los Estados” (2009, p. 142). El marxismo la extendió a las relaciones entre las clases sociales y especialmente a las definiciones de una *clase dirigente*. Con Antonio Gramsci, el término alcanza una extensión sociológica que no había conseguido siquiera durante los debates en el seno del movimiento revolucionario en la Rusia zarista a fines del siglo XIX y durante las primeras dos décadas del siglo XX¹. Este desarrollo responde al objetivo de explicar cómo una clase social cualquiera –y ya no el proletariado– logra una forma estable de gobierno, articulando fuerza y consenso, violencia y persuasión, coerción y consentimiento. “La hegemonía –señala Gruppi– es el punto de aproximación de Gramsci con Lenin” (1978, p. 7). En sus *Cuadernos de la Cárcel*, escritos en una prisión fascista entre 1927 y 1935, la hegemonía adquiere “dos ampliaciones de significado en tensión mutua”, incluye “tanto la obtención por los gobernantes del consentimiento de los gobernados como la aplicación de la coerción necesaria para hacer cumplir sus órdenes” (Anderson, 2018, p. 31)².

¿Qué es la hegemonía para Gramsci?, ¿cuál es su novedad radical respecto de la acepción clásica? Aunque sus notas en los *Cuadernos* no son concluyentes, Gruppi ofrece la siguiente definición de síntesis: “La hegemonía es esto: capacidad de unificar a través de la ideología y de mantener unido un bloque social que, sin embargo, no es homogéneo, sino marcado por profundas contradicciones de clase” (1978, p. 95). En este sentido, una clase es hegemónica cuando “logra mantener junto a sí un grupo de fuerzas heterogéneas e impide que la contradicción existente entre estas fuerzas estalle, produciendo una crisis en la ideología dominante y conduciendo a su rechazo, el que coincide con la crisis política de la fuerza que está en el poder” (1978, p. 95).

¹ Para Gruppi, Gramsci “es sin duda, entre los teóricos del marxismo, quien más ha insistido sobre el concepto de hegemonía; y lo ha hecho, en especial, invocando a Lenin. A la vez, diría que, si queremos ver el punto de contacto más constante, más profundo, de Gramsci con Lenin, creo que es el concepto de hegemonía” (1978, p. 7).

² Anderson señala que “la intención de Gramsci era conjugar las dos; pero sus notas en la cárcel eran fragmentarias y exploratorias, no terminadas o concluyentes, lo que permitía oscilaciones o incoherencias de expresión. En muchas de ellas la hegemonía no contemplaba el uso de la fuerza, sino que, de acuerdo con las fuentes rusas de su pensamiento, se contraponía a él, y esas notas eran más abundantes, para lo que había razones comprensibles” (2018, p. 30).

La hegemonía era para Gramsci, en suma, “impensable sin consentimiento, impracticable sin la fuerza” (Anderson, 2018, p. 33). Tal conclusión abría, por primera vez, el horizonte a una reflexión sobre la hegemonía entendida como –en palabras de Marc Angenot– aquella que “completa, en el orden de la ‘ideología’, los sistemas de *dominación* política y de *explotación* económica que caracterizan una formación social” (2010, p. 29). No hay hegemonía sin consentimiento y el consentimiento solo es posible porque el lenguaje juega un rol en la estructuración de las relaciones sociales, es decir, en la (re)producción o mantenimiento del consentimiento de los dominados a su propia dominación, o bien en la disputa o crisis de una ideología dominante.

2. La hegemonía en la teoría del discurso social de Marc Angenot

La teoría del discurso social de Marc Angenot es una de las principales derivas intelectuales del estudio de la hegemonía desde una perspectiva del lenguaje. Propone, con base en los trabajos de R. Fossaert (1977, 1983), una reflexión sobre lo que denomina “la hegemonía discursiva”. Para Angenot, el discurso social es, en un sentido analítico, “los sistemas genéricos, los repertorios tópicos, las reglas de encadenamiento de enunciados que, en una sociedad dada, organizan lo *decible* –lo narrable y opinable– y aseguran la división del trabajo discursivo” (2010, p. 21).

El discurso social tiene –para Angenot– “el monopolio de la representación de la realidad” (2006, p. 10); es precisamente porque se trata de un monopolio “que el discurso social parece *adecuado* como reflejo de lo real, ya que ‘todo el mundo’ ve lo real y el momento histórico a través de él, más o menos de la misma manera” (p. 10). Esa *mediación* del discurso social está organizada por la hegemonía discursiva. Inspirada en Gramsci, esta categoría hace referencia a un “un sistema regulador que predetermina la producción de formas discursivas concretas” (Angenot, 2010, p. 30), “un conjunto complejo de reglas prescriptivas de diversificación de lo decible y de cohesión, de coalescencia, de integración” (p. 24). Aun cuando a primera vista, el rumor de los discursos sociales da la impresión de una extrema diversidad de temas, de opiniones, de lenguajes, de jergas y de estilos, Angenot sostiene que es posible investigar las invariantes y las recurrencias, los presupuestos colectivos, los lugares comunes, las dominantes de una época. La hegemonía discursiva constituye sólo “un elemento de una hegemonía cultural más abarcadora, que establece la legitimidad y el sentido de los diversos ‘estilos de vida’, de las costumbres, actitudes y ‘mentalidades’ que parecen manifestar” (2010, pp. 29-30).

La hegemonía no es algo que alguien *tenga*; no es propiedad de una clase o de un determinado sector o actor. Pero, como instituye preeminencias, legitimidades, intereses y valores, favorece naturalmente a quienes están mejor situados para reconocerse en ella y sacar provecho (Angenot, 2010, p. 37). En este sentido, “la hegemonía forma un dispositivo favorable a la clase dominante, a la imposición de su dominación” (p. 36), pero la hegemonía no es la ideología dominante (que sería ideología de la clase dominante) (p. 36). Diferentemente, la

hegemonía es “aquello que produce lo social como discurso, es decir, establece *entre las clases* la dominación de un orden de lo decible que mantiene un estrecho contacto con la clase dominante” (2010, p. 36). El discurso social siempre está ahí, como mediación, interposición de lo colectivo en las relaciones entre los seres humanos (2006, p. 9).

3. La topología como componente analítico de la hegemonía

Como analista del discurso, Angenot propone siete componentes para estudiar la hegemonía discursiva –“los diferentes puntos de vista desde los que este hecho [el hecho hegemónico] puede ser abordado” (Angenot, 2010, p. 37). Nos interesa aquí uno de ellos, el sistema topológico o topología, que Angenot define de la siguiente forma:

un *sistema de división de las tareas discursivas*, es decir, un conjunto de discursos específicos, géneros, subgéneros, estilos e “ideologías” [...], reagrupados en “regiones” o campos, entre los cuales los dispositivos interdiscursivos aseguran la migración de ideologemas variados y las adaptaciones de las formas del lenguaje y tópicos comunes. (Angenot, 2010, p. 45)

El analista debe preguntarse por qué, con qué justificación y bajo la regulación de qué lógicas profundas un campo cualquiera –el político, por ejemplo– está separado de otros campos como el de las letras, la filosofía, la ciencia (y sus disciplinas), o incluso el del periodismo. Como tal, la topología es una variable histórica en la que se inscribe la marcación axio-sociológica de las producciones discursivas como distinguido/trivial, mayor/menor, culto/popular, etc. (1989, p. 91).

El discurso social está dividido en *campos* y cada campo se organiza en torno a un sistema de géneros, de repertorios temáticos y de estilos, configurando una *topología*. La unidad de un campo dado, como la del campo político que interesa específicamente a este artículo, es aquella de un *mercado discursivo*, es decir un espacio de intercambio y de migraciones de enunciados, marcada por las competencias de los agentes colectivos e individuales que allí operan. Desde el punto de vista del análisis de los discursos, Angenot define campo como “el conjunto de elementos que hace institucionalmente posible la formación, el control y la legitimación de un subsistema de discursos, y que confiere un estatus de reconocimiento a los agentes que operan en él, formando una asociación conflictiva en torno a intereses comunes” (1989, p. 93). Los discursos agrupados en los campos no están agrupados al azar; tienen rasgos comunes, pragmáticos, retóricos y temáticos; también comparten una doctrina legitimante, una “ideología de campo” que atribuye a este su objeto propio: el Arte, la Política, la Actualidad, el Saber...³

Como enfoque analítico, una *topografía* permite esbozar un mapa de posiciones; es “la técnica de mapear y describir las características de un ‘mercado de ideologías en competencia’”

³ En las sociedades del siglo XIX, Angenot (1989) identifica cinco grandes campos: 1. el periodismo –o más ampliamente la *publicística*, cuyo objeto es la actualidad–; 2. el sector político, en simbiosis parcial con el anterior; 3. la literatura; 4. la filosofía; 5. las ciencias, con todas las subdivisiones disciplinarias.

(Angenot, 2006, p. 10). Su objetivo es determinar la posición de los actores (individuales o colectivos) que compiten dentro de ese mercado o campo. La unidad de este campo no es, como dijimos, ni estable ni positiva, sino que está constituida históricamente por la reorganización continúa de los conflictos (Angenot, 2006, p. 11).

La distribución de los enunciados y la división de las tareas discursivas están organizados objetivamente por *clivajes*, que definen, en el campo político, las áreas de interpelación y los mecanismos de articulación de demandas. Derecha, centro, izquierda, extrema derecha, extrema izquierda, centro-izquierda, centro-derecha; revolucionario, reformista, moderado, conservador; alto, medio, bajo; términos relacionales todos que expresan una distribución de las posiciones de la enunciación política (Verón, 1987, p. 23): por un lado, respecto de aquellas entidades con las cuales quien denuncia busca construir una relación –metacolectivos como la Nación, la Patria, el Estado, el Pueblo, la Argentina, la República– y por otro respecto de la entidad que funda la legitimidad de su toma de palabra, un colectivo de identificación como el radicalismo, el peronismo, el socialismo, el comunismo, el feminismo, etc.

4. Hacia una definición de topología política en la Argentina

La pregunta por el ascenso de una nueva derecha en la Argentina exige conjugar en una misma posición, como el rostro de Jano, una mirada diacrónica y una mirada sincrónica sobre el campo político, es decir, una mirada atenta a la evolución histórica del mercado ideológico y una mirada atenta al sistema de posiciones que las distintas formaciones políticas ocupan en un momento determinado.

El ascenso meteórico del partido La Libertad Avanza (en adelante, LLA) –cuyo principal referente, el economista Javier Milei, asumió como presidente argentino en diciembre de 2023– sirve como caso para estudiar el sistema topológico del campo político en la Argentina contemporánea. ¿Por qué? Porque su triunfo –y antes incluso, su crecimiento exponencial como expresión política– es un índice que podemos tomar en cuenta para capturar, por medio de cortes sincrónicos (Angenot, 2011), instantáneas de un sistema de posiciones en movimiento. Se trata de tomar el caso LLA –y la figura de Milei– como síntoma de un estado del discurso social.

Consideramos para ello, desde la perspectiva del discurso social, dos fenómenos fundamentales del proceso de configuración de una identidad política (Aboy Carlés, 2001), es decir, de su lógica de diferenciación externa (con respecto a las demás formaciones en competencia) y de homogeneización interna (con respecto a la definición de un *nosotros* o colectivo de identificación)⁴: su retórica fundacional y la mediatización de la figura de Milei. Se trata, por un lado, de analizar cómo LLA, en la voz de su líder, construye un relato político

⁴ Aboy Carlés define a la identidad política como “el conjunto de prácticas sedimentadas, configuradoras de sentido, que establecen, a través de un mismo proceso de diferenciación externa y homogeneización interna, solidaridades estables, capaces de definir, a través de unidades de nominación, orientaciones gregarias de la acción en relación a la definición de asuntos públicos. Toda identidad política se constituye y transforma en el marco de la doble dimensión de una competencia entre las alteridades que componen el sistema y de la tensión con la tradición de la propia unidad de referencia” (2001, p. 54). Una identidad política implica, en suma, una solidaridad estable de sus miembros y un lenguaje común en relación con la definición de los asuntos públicos.

(re)fundacional y, por lo tanto, un conato de identidad; por el otro, de advertir la relación del nuevo espacio con el sistema híbrido de medios –con ese escenario que Fernández (2018) denomina de “postbroadcasting”–. Como resultado, confiamos en sentar las bases para estudiar de manera sistemática el posicionamiento semiodiscursivo de LLA dentro de la política argentina contemporánea⁵.

¿Qué zona del tablero político ocupa LLA?, ¿qué posición asume dentro del sistema topológico del campo político argentino? ¿Qué clivajes activa? ¿Qué votos capta y por qué? ¿Cómo logra interpelar a la población? En busca de una respuesta, es oportuno recuperar los aportes de Ostiguy en su texto clásico: “Peronismo y antiperonismo: bases socioculturales de la identidad política en la Argentina”, en el que aborda “el tema de la identidad política y el problema relacionado del modo de atraer y representar políticamente ‘gente’ en la arena pública, para conseguir votos o, dicho de otra manera, para constituir y/o movilizar una base política” (Ostiguy, 1997, p. 133).

La topografía que propone Ostiguy para interpretar la política argentina desde los años cuarenta traza “un doble espectro político” de interpelaciones, llamamientos y modos de reconocimiento –donde “maniobran” y evolucionan las diferentes estrategias y campañas electorales y las preferencias electorales e identificaciones de los votantes–, en el que es posible señalar, además del clásico clivaje izquierda/derecha, una distinción en términos socioculturales entre “lo culturalmente popular” y “lo bien educado”, entre “lo crudo” y “lo cocido”, entre “lo bajo” y “lo alto”⁶ (ver **Figura 1**).

El espacio político bidimensional argentino “está constituido por una derecha, una izquierda, un alto y un bajo” (1997, p. 139):

El eje izquierda-derecha, de mucha importancia todavía en la política, se entiende como referido a proyectos políticos y/o actitudes hacia la jerarquía o la estructura del poder socio-económico, así como al orden que la legitima. Más generalmente, y más allá de la mera economía, izquierda y derecha refieren a la actitud política hacia las relaciones de poder social y, con el componente de legitimidad añadido, hacia las relaciones de autoridad social. Perpendicularmente al eje político de izquierda-derecha, este trabajo introduce la dimensión políticamente recurrente y socialmente significativa de lo alto y lo bajo. [...] Lo bajo en política se define como el uso y/o manifestación de rasgos, modales, maneras de hablar, tropos culturalmente populares, y particularmente de la forma local o nacional –es decir circunscripta y localmente específica– de esta cultura popular, en

⁵ Aunque no sea posible, a nuestro criterio, hablar al día de hoy de la configuración de una identidad política en torno a LLA, Milei o su doctrina “anarcocapitalista”, consideramos que el proceso de diferenciación externa y homogeneización interna es inherente al posicionamiento mismo de una formación política dentro del campo, sedimente o no en “solidaridades estables”.

⁶ La distinción entre lo bajo y lo alto que plantea Ostiguy tiene su fundamento en el cotejo de tres grandes variables: la denominada “cultura de clase” (prácticas y modos de expresión y discurso), la forma preferida de conducción política y de proceso de toma de decisiones, y la afinidad con elementos socioculturales de índole local, nacional o internacional. Según la descripción de Ostiguy, el nivel alto en política en la Argentina se caracteriza por tener una cultura de clase “refinada”, una preferencia “formalista” por los procedimientos de conducción y toma de decisiones, y una preferencia o afinidad cosmopolita en cuanto a su identificación cultural, mientras que el nivel bajo se caracteriza por tener una cultura de clase más bien “tosca”, una preferencia por la conducción personalista (caudillesca o de liderazgos fuertes) y una preferencia localista en cuanto a su ethos cultural.

la arena política. [...] Lo alto en la política se define como la manifestación o el uso para fines políticos de un cierto capital cultural como credenciales públicas o signos de respetabilidad, de ser en el modo de discurso más frío y analíticamente racionalista, a menudo de parecer “bien educado” en la auto-presentación pública. (1997, p. 136-137)⁷

El objetivo del ‘mapa’ que traza Ostiguy es, por un lado, comprender cómo funcionan las formas de interpelación (*appeal*)⁸ política en la Argentina de la segunda mitad del siglo XX, los “modos en que los políticos y líderes se relacionan con su electorado, su ‘gente’, es decir, su clientela (anhelada) y su base social” (Ostiguy, 1997, p. 151). Por el otro, “delinear ubicaciones lógicamente posibles que pueden ser ocupadas por fuerzas políticas –partidos, líderes– estratégicamente, es decir, en vista de las acciones y cambios de posicionamientos de otros actores (de peso), a fin de ganar seguidores y/o votos” (Ostiguy, 1997, p. 153). La configuración de un mapa del campo político argentino –una topografía, en los términos de nuestro marco– tiene, entonces, para Ostiguy, dos propósitos: el primero es graficar o trazar las coordenadas de los diferentes partidos políticos en un determinado estado de situación; el segundo es detectar ubicaciones lógicamente posibles a ocupar por diferentes expresiones políticas y, específicamente, áreas de vacancia interpelativa: ¿qué actores o sectores no son interpelados? O, mejor aún, ¿qué demandas no están siendo articuladas políticamente?

Todo el esfuerzo de Ostiguy se orienta en aquel momento a comprender “lo que muchos analistas consideran –según sus palabras– como uno de los principales enigmas de la política argentina contemporánea” (1997, p. 177): el éxito político –y, sobre todo, cultural– del peronismo neoliberal de Menem en la Argentina de los años noventa. Bajo su óptica, la gran novedad del menemismo en el poder fue conjugar hegemonícamente

una coalición de la derecha, incluidos los sectores altos que priorizan una economía conservadora neoliberal y que [...] son interpelados precisamente sobre estas cuestiones, y el nivel bajo, tanto social como socioculturalmente, que sigue fiel a la ‘cultura política’ peronista, su lenguaje, su modo de hacer política, sus modales, su conjunto de símbolos afectivos y casi podría decirse que su idiosincrasia. (Ostiguy, 1997, p. 182)

5. Una topografía del presente. El ascenso de una nueva derecha

Toda topología política implica –si conjugamos las perspectivas de Angenot y Ostiguy– la distribución de diferentes posiciones de interpelación en competencia dentro de un mercado

⁷ Para el autor, estas distinciones son operativas en términos de marcas de identidades políticas, es decir, que remiten a modos de diferenciación política y/o de homogeneización interna: “Al sostener que ciertas identidades políticas tienen una base socio-cultural, este artículo plantea un eje de polarización política no ideológico, pero importante sociopolíticamente” (1997, p. 134).

⁸ Aunque no desconoce que la categoría de interpelación o llamamiento “ha adquirido todo un bagaje teórico como producto de la obra de Althusser y de los intelectuales que trabajaron en el concepto de ideología” (p. 134), Ostiguy retoma “la tesis althusseriana de que ‘la ideología interpela/constituye a los individuos en sujetos’” (p. 134) con el fin de proponer una tesis de “más modesto alcance de que ‘los políticos/los partidos interpelan/constituyen la gente en/y como partidarios’” (p. 135).

discursivo, posiciones que no son fijas y que varían en función del sistema interno de relaciones, así como de la interacción con las lógicas de otros campos o entornos, muy especialmente el mediático (Verón, 1998). Pero no siempre las ofertas o interpelaciones de un campo como el político *entran en fase* con –satisfacen o son capaces de articular– las demandas de los diferentes actores sociales. Hay espacios o áreas de interpelación que se debilitan o quedan vacantes, y estos espacios tienden “a ser ocupados por la [a]parición de nuevos actores institucionales” (Ostiguy, 1997, p. 212).

La (nueva) derecha ha sido, en este sentido, uno de esos actores emergentes en las democracias occidentales del siglo XXI⁹:

En las últimas décadas, en la medida en que se volvió defensiva y se abroqueló en la normatividad de lo políticamente correcto, la izquierda, sobre todo en su versión “progresista”, fue quedando dislocada en gran medida de la imagen histórica de la rebeldía, la desobediencia y la transgresión que expresaba. Parte del terreno perdido en su capacidad de capitalizar la indignación social fue ganándolo la derecha, que se muestra en un grado creciente para cuestionar el “sistema” [...] En otras palabras, estamos ante derechas que le disputan a la izquierda la capacidad de indignarse frente a la realidad y de proponer vías para transformarla. (Stefanoni, 2021, p. 15)

Esta capacidad que señala Stefanoni ha estado en el corazón de la campaña presidencial de LLA en la Argentina. Milei expresa, como quizás ningún otro actor político *mainstream*, el malestar de una porción importante de la población argentina ante una situación considerada injusta. Con base en esta intuición, trataremos, en lo que sigue, de analizar qué espacio disputa LLA o qué vacío en todo caso ocupa, cómo construye su posición de interpelación o llamamiento, cuáles son sus canales primarios de interpelación, de llegada a la población. Nuestra hipótesis es que LLA ocupa un área de vacancia interpelativa dentro del campo político, y que lo hace conjugando demandas inarticuladas de sectores altos (que priorizan una economía liberalizada) con otras de sectores bajos, que siguen, no obstante, fieles a la cultura política del peronismo: su impronta popular, su lenguaje, sus modales, su idiosincrasia. Las secciones que siguen están dedicadas a responder, de manera provisoria, estas preguntas o conjeturas. Es una manera de poner a prueba la potencia heurística de un estudio topográfico.

El objetivo de este artículo es brindar una caracterización que explique cómo se generó esa vacancia en la historia reciente y cómo LLA la ocupa. A esos fines, la siguiente sección condensa una serie de trabajos que hemos desarrollado en los años recientes interesados en comprender de qué manera se organiza topológicamente el campo político de la Argentina contemporánea (2015-2023). Su objetivo específico, en este caso, es captar los movimientos recientes de las principales formaciones políticas con el objetivo ulterior de comprender cómo

⁹ El crecimiento o éxito electoral de las derechas en Europa y las Américas es, de hecho, uno de los tópicos principales del debate académico contemporáneo en el ámbito de las ciencias sociales y humanas. Véase, a modo de síntesis, Caiani y Kröll (2015), Akkerman, de Lange y Rooduijn (2016); específicamente sobre América Latina, Cannon y Rangel (2020) y Luna y Rovira Kaltwasser (2014). Para el caso argentino, Pereyra Doval y Souroujon (2024) y Semán (2023).

encuentra su lugar una nueva derecha *competitiva*, la autodenominada “libertaria” o “anarcocapitalista”. Esta sección mapea, entonces, por primera vez, de manera sistemática, el sistema topológico de la política argentina, –vale decir, cómo opera la división de tareas discursivas *desde el punto de vista* de la teoría del discurso social–. ¿Cómo LLA encuentra una *posición* aceptable y legítima respecto de los demás partidos políticos que compiten electoralmente?

Como punto de partida, quisiera esbozar una síntesis del devenir del campo político argentino en la década reciente –de una manera que no puede ser, por razones de espacio, más que esquemática, casi caricaturesca, en el sentido de volver ostensibles los principales rasgos o características de una figura o carácter–. La síntesis de este devenir tomará la forma de montaje de una serie de instantáneas, que recuperan de manera articulada análisis más extensos publicados en diferentes ámbitos (Dagatti, 2014, 2017a, 2018, 2019, 2021, 2022). El propósito es delinear una breve historia de la topología del campo político argentino, esto es, de las coordenadas o posiciones de los diferentes partidos políticos en el pasado reciente, con el objetivo de captar, *por sucesivos cortes sincrónicos*, la configuración progresiva de áreas de vacancia interpelativa y, por lo tanto, las ubicaciones lógicamente posibles que estaban a disposición para que LLA emergiera como articulador de demandas insatisfechas. Este es el primer paso.

El segundo, al que dedicaremos la mayor parte de nuestros esfuerzos, es la caracterización sociodiscursiva de LLA –a partir de ciertos rasgos condensados en la figura de Javier Milei, su principal referente– en términos de su relato fundacional y de sus circuitos de mediatización. La finalidad es advertir cómo LLA construye una posición política a partir de su diferenciación externa y de su homogeneización interna, teniendo en cuenta que emerge y se consolida en el campo político como una formación política capaz de articular una base electoral de masas con un proyecto ultraliberal y antiestatista.

5.1. Lo que 2001 nos legó. De la hegemonía kirchnerista a la “grieta”

La historia del campo político argentino de las primeras dos décadas del siglo XX está marcado a fuego por los efectos de la crisis de 2001. Sólo un observador poco atento podría no advertir que el kirchnerismo –y los diferentes frentes que ha integrado como primera fuerza: Frente para la Victoria (2003-2019), Unidad Ciudadana (2017-2019) y Frente de Todos (2019-2023)– y Cambiemos-Pro (o también Juntos por el Cambio, a partir de 2019), las dos principales fuerzas políticas de las dos décadas recientes, nacieron al calor de la crisis neoliberal de principios de siglo, una crisis que había amenazado con destruir de forma prolongada la representación política como forma procedimental básica de ejercicio de la democracia. Con performances mejores y peores, fueron los únicos espacios a escala nacional que lograron, aunque sea de forma momentánea, dar respuesta o prometer soluciones a algunos de los problemas que 2001 había planteado.

La primera de ellas dominó el escenario político argentino desde los inicios de la Presidencia de Néstor Kirchner (25 de mayo de 2003 – 10 de diciembre de 2007) hasta la despedida de Cristina Fernández de Kirchner, tras sus dos ciclos presidenciales (10 de diciembre de 2007 – 9 de diciembre de 2015). Su autoridad estuvo teñida por una temprana retórica “nacional y racional”, que fue mutando al compás de los acentos más sonoros de una tardía “nacional y popular”. Fue una formación dominante en el escenario nacional, de una manera que autores como Cheresky (2006) caracterizaron como “unipolar”, debido a la concentración de poder en torno al “liderazgo de popularidad” de Kirchner y a la debilidad –y desorientación– de la oposición política. Nucleada como articuladora de demandas en una posición de centro-izquierda, fue capaz de interpelar inicialmente a un conjunto amplio de la población en tres de los cuatro cuadrantes de la topología, con excepción del cuadrante superior derecho, para afincarse luego en el cuadrante inferior izquierdo, con extensiones a las zonas colindantes.

El FpV-kirchnerismo (con diferentes aliados a la izquierda y derecha de su posición topológica) dominó, con subes y bajas, el escenario político argentino por doce años. Fue parte del denominado “giro a la izquierda” que caracterizó a la América Latina de principios del siglo XXI (Levitsky y Roberts, 2011). Construyó un espacio discursivo impar, marcado por la defensa de un “capitalismo nacional”, la impugnación del modelo neoliberal entendido como “falso capitalismo” y el conato de síntesis de tradiciones del liberalismo democrático y del peronismo de izquierda (Sidicaro, 2004; Altamirano, 2011). Habló en nombre de una generación, la de la juventud militante de los años setenta (Montero, 2012), con el objetivo de lograr una convocatoria transversal por fuera de los alineamientos partidarios, en una época dominada por la crisis de representación. La originalidad de la posición del kirchnerismo residió en perfilar su horizonte de interpelación en continuidad con una tradición nacional y democrática postergada por el triunfo del neoliberalismo en la Argentina y en la región.

La segunda de estas fuerzas políticas, una coalición organizada en torno al primer partido argentino del siglo XXI, Propuesta Republicana (PRO), desarrolló su lógica de poder según una genética de la victoria no menos marcada que la de su adversario principal. Organizada en torno a actores provenientes mayoritariamente de diferentes tradiciones de la derecha argentina y de nuevos políticos y viejos empresarios, cuya extracción variaba entre ONGs, agrupaciones religiosas y empresas de variadas ramas, surgió –como señalan Vommaro, Morresi y Bellotti (2015)– para distinguirse del Frente para la Victoria y movilizar electores, ideas y recursos de grupos sociales y políticos que veían en aquel su peor enemigo, el menor de sus beneficios o el mayor de sus males. Su posicionamiento fue *de entrada* en el cuadrante superior derecho, con eventuales ramificaciones a izquierda y abajo de su zona de irradiación.

La rivalidad entre FpV-kirchnerismo y Cambiemos-PRO cobró progresivamente forma a medida que el primero dejó de lado su convocatoria transversal en nombre de principios y valores –eso que Kirchner denominaba “el Partido de la Patria” (Dagatti, 2017b)– y viró hacia una lógica populista de construcción de identidad política, con una reivindicación tan fuerte

como entonces novedosa de la tradición peronista¹⁰, mientras que el segundo comenzó un ascenso paulatino en las consideraciones de la sociedad y de los medios de comunicación, primero como gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Capital Federal de la Argentina, y luego como contrincante de alcance nacional en las elecciones de 2011, 2013 y 2015. La victoria de Cambiemos-PRO en los comicios presidenciales de 2015 no careció de sorpresa, pero tampoco hizo saltar la banca.

El gesto inaugural de Cambiemos estableció un rechazo frontal de la gestión anterior, cuya “pesada herencia”¹¹ se traducía, de acuerdo con los argumentos del entonces presidente Mauricio Macri, en haber hipotecado el futuro en nombre de un presente irracional: “Basta de que nos regalen el presente para robarnos el futuro” (1 de marzo de 2017). Esta hipoteca habría tenido por efectos el perjuicio de los argentinos en general y de los sectores marginales en especial, a la vez que habría demostrado el papel del kirchnerismo como fuente del mal, avatar postrero del populismo vernáculo. La “Argentina del Siglo XXI” implicaba en Macri un rechazo conceptual del pasado en nombre de una generación joven, adaptada a los nuevos tiempos de la globalización 2.0. Esta inclinación hacia el futuro favorecía diferentes estrategias, una de ellas central: conseguía impugnar al kirchnerismo no sólo como “un populismo cleptómano”, sino, sobre todo, como representante principal de formas perimidas de hacer política: la de los “liderazgos mesiánicos”, la del “sistema arcaico” de voto, la de un país que ve al mundo como una “amenaza” (todas citas del discurso del 1 de marzo de 2017).

Hasta 2015 el FpV-kirchnerismo tuvo rivales electorales contra los que ganó y perdió, con un núcleo de votantes consolidados en torno al 30% del padrón. Sin embargo, ninguno de ellos consiguió disputar el centro del campo político hasta el bienio 2013-2015, cuando los primeros signos de estancamiento económico se hicieron visibles y el desgaste de gobernar más de una década pasó factura. Ni en 2005, 2007, ni en 2009, ni en 2011, ni en 2013; en ninguna de las elecciones previas de las que había participado el FpV como partido de gobierno, una fuerza opositora había logrado construir acabadamente un área de interpelación o mundo imaginal *alternativo*, que ofreciera la utopía de una Argentina *otra*, distinta a las virtudes y los vicios de la actual. Cambiemos-Pro fue la primera en hacerlo, no tanto por su capacidad de interpelación positiva –es decir, por la construcción de un colectivo de identificación *distinto*– sino por su capacidad para nuclear en una zona de alteridad un cúmulo de demandas que no estaba siendo satisfecho por la formación dominante, desplegando en sus diversas manifestaciones un modo de imaginar la política que estaba en las antípodas del de su adversario.

¹⁰ Ciertamente, a partir del bienio 2007-2008, la mutación estuvo ligada a un desplazamiento fundamental en la relación del FpV con el peronismo. Hasta entonces apenas celebrado y más bien disimulado, este se vuelve explícito como “columna vertebral” del frente “nacional y popular”. Hay un “regreso pleno al peronismo” (Curia, 2010, p. 28). La inscripción del kirchnerismo en una posición enunciativa generacional (“nosotros, la generación de los setenta”), que le había permitido desdibujar las filiaciones partidarias en provecho de una filiación etaria y convocar a amplios sectores y actores de la vida nacional, debía ser interpretada ahora como la pertenencia a una vanguardia política en la que los herederos de Perón y Evita luchan junto al pueblo contra la opresión de las elites locales y foráneas.

¹¹ Todos los sintagmas o fragmentos entrecomillados en este párrafo pertenecen a alocuciones pronunciadas por el expresidente Mauricio Macri durante su administración.

Como consecuencia, la topología política de la Argentina de la última década quedó dividida en dos grandes zonas de interpelación (ver **Figuras 2 y 3**): si el kirchnerismo anclaba su convocatoria en el cuadrante inferior izquierdo y desde allí alcanzaba a interpelar también a sectores del cuadrante superior izquierdo y del cuadrante inferior derecho, Cambiemos encontró su principal núcleo de interpelación en el cuadrante superior derecho y alcanzaba a irradiar su convocatoria a sectores del cuadrante superior izquierdo (en buena medida, por su alianza con el radicalismo y el socialismo) y al cuadrante inferior derecho (donde el FdT había perdido parte de su eficacia interpelativa por su apuesta por lo alto: “el kirchnerismo es el peronismo de las clases medias”, señaló Altamirano (en Kovacic, 2016) –esto significa: no de las clases populares–).

Hacia finales del gobierno de Cambiemos, en la campaña electoral de 2019, la topología del campo político mantenía la bipartición que había caracterizado los años anteriores. Ninguna tercera fuerza encontraba áreas de vacancia interpelativa suficientemente amplias como para terciar competitivamente en el rumbo de las elecciones. Si el Frente Renovador había conseguido en 2013, 2015 y 2017 competir a distancia como una tercera fuerza que se disputaba el centro del campo político (eso que sus principales voces llamaban “la ancha avenida del medio”), el regreso de su principal figura, Sergio Massa, a las huestes del Frente de Todos-kirchnerismo acabó por dejar el campo electoral reducido a dos opciones. Un *ballotage* antes del *ballotage*.

La gran novedad de ese frente en las elecciones presidenciales de 2019 fue recuperar memorias asociadas con la cultura democrática y con la capacidad de gestión, memorias de valores y experiencias que la propia fuerza había en su origen impulsado –notablemente durante el gobierno de Néstor Kirchner y hasta el denominado “conflicto con el campo”– y que había después progresivamente dejado de lado en nombre de una identidad “nacional y popular” regida por un modelo erístico de tratamiento de los asuntos públicos, que le imprimió su sello indeleble, sobre todo de cara a la juventud. Pero esta novedad no fue una de índole topológica, sino que fue un cambio –una vuelta a las fuentes, por así decirlo– que mantuvo la base de la disputa en las mismas coordenadas que esta había tenido en los años anteriores. La principal diferencia con 2015 y 2017 era que Cambiemos había perdido capacidad de convocatoria por una gestión económica considerada deficiente y que el peronismo, antes separado, iba esta vez unificado.

El triunfo del FdT en las elecciones de 2019 (ver **Figura 4**) no sorprendió tanto como su holgada distancia respecto de Cambiemos. Los dos adversarios –como gran parte del arco político– coincidían en señalar que la situación de la Argentina era crítica; menos sencillo era señalar al responsable: ¿se trataba de las viejas recetas neoliberales de Cambiemos-Pro que volvían a ser menos remedio que enfermedad o se trataba de la “pesada herencia” del “populismo kirchnerista” que la coalición gobernante no había conseguido resolver... *aún*? La Argentina no estaba en 2003, nada había explotado, era intrincado establecer un relato hegemónico sobre el pasado reciente; era un presente/pasado en disputa, que el término “grieta”, vuelto sentido común, expresaba de manera sintética. Meses antes de que la pandemia por COVID-19 agravara la situación argentina –y, sobre todo, su principal problema: la inflación– el campo político se encontraba ya frente a un dilema tan palmario como irresoluble. La política aparecía como juego de suma cero (Choroszczucha, 2019; Aguirre, 2021).

5.2. La desacralización del Estado, el fetiche de la libertad

La “grieta”, tan extendida y aceptada su metáfora¹², tenía, sin embargo, un denominador mínimo común, un punto de acuerdo común a ambas partes, que era la relevancia del rol del Estado en la gestión de los asuntos públicos. A diferencia de ciertas representaciones dominantes a fines del siglo XX, una entidad como el Estado era, en las primeras dos décadas del siglo XXI argentino, una suerte de fetiche (Angenot, 2010), que ninguna de las formaciones políticas dominantes (ni aquellas que tenían un lugar en los márgenes) osaba tocar *al menos públicamente*. Así, por ejemplo, las críticas que Cambiemos había realizado al uso irresponsable del Estado impulsado por “el populismo kirchnerista” eran críticas centradas en la razón *populista* de gobierno, no en la presencia del Estado como gestor de las demandas. Alcanza, por otro lado, con observar que la cantidad de beneficiarios de planes sociales, por ejemplo, aumentó durante los cuatro años de la administración de Macri: entre 2015 y 2018 las personas que recibieron estas transferencias económicas crecieron en 46.461 (Disanti y Martínez, 2019).

Cuándo y de qué manera este fetiche se *desacralizó* en el discurso social, cuándo perdió su condición de intangible es difícil saberlo, pero la exacerbación del rol del Estado –y su celebración como vertebrador axial de la sociedad– durante la pandemia contrasta con las extendidas críticas de las que hoy es objeto. Con el COVID-19, el Estado argentino se multiplica; no solo interviene en la economía, interviene *notoriamente* en la gestión de la vida cotidiana: las medidas de Aislamiento Social y Preventivo Obligatorio y Distancia Social y Preventiva Obligatoria, las campañas de vacunación, la producción (casi) cotidiana de una comunicación con tendencia *broadcasting* (desde las cadenas nacionales, género *broadcasting* por excelencia, hasta la difusión de mensajes por cuentas institucionales o individuales que tenían cientos de miles de seguidores).

Así, la presencia del Estado aumentó en una relación inversamente proporcional a la percepción de su ineficacia en otras áreas, de los efectos *negativos* en términos de sociabilidad, de comercio y de ejercicio de las libertades individuales. Diferentes manifestaciones y movilizaciones contra las medidas sanitarias del gobierno ganaron visibilidad en el ámbito público. Un neologismo condensó esta sensación creciente en algunos sectores de la vida pública, que la circulación mediática volvió exponencial: “infectadura”, la sanidad como atajo original para el autoritarismo.

Con este escenario –y solo con este escenario– una figura hasta entonces marginal del debate público como la de Javier Milei pudo encontrar su espacio de *competencia*, su capacidad para interpelar a sectores insatisfechos, para articular un abanico amplio de demandas cuyo núcleo conceptual era “la libertad”: libertad de mercado, libertad de acceso al dólar, libertad de

¹² La expresión “grieta” se incorporó al vocabulario cotidiano de la conversación pública. El libro de Zunino y Rossi (2015) es una demostración de esta circulación. La “grieta” –entidad *sui generis* del imaginario político argentino que había metaforizado una ruptura o separación o corte irresoluble entre las dos miradas que encarnaban *grosso modo* el bicoalicionismo– expresaba una ruptura entre dos posiciones socio-políticas democráticas de centro-derecha y centro-izquierda en un campo o superficie política.

circulación ante las restricciones sanitarias de la pandemia, libertad de no pagar impuestos, y un largo etcétera.

Aunque jamás había militado o mostrado interés por la política, Milei ingresó al campo político de la mano de otro economista, José Luis Espert, quien había sido candidato a presidente en las elecciones de 2019, obteniendo un porcentaje de 1,47% de los votos. A principios de ese mismo año, en un acto político en la Capital Federal, el economista había anunciado su afiliación al Partido Libertario, del que fue nombrado presidente honorífico. Poco después, en septiembre de 2020, anunció su intención de postularse como diputado nacional por la Ciudad de Buenos Aires. Lo hizo a través de una transmisión en vivo en Instagram junto a dos *influencers*. Se presentó como primer candidato de su actual partido, La Libertad Avanza. Al principio ridiculizado y negado, Milei comenzó a adquirir caudal electoral al ritmo de una *visibilización* exponencial en televisión y redes sociales audiovisuales como YouTube y TikTok. En las elecciones legislativas de 2021, el sello de La Libertad Avanza (LLA) salió tercero en la Capital Federal (con el 17,04 % de los votos emitidos), después de Juntos por el Cambio (47,05%) y el Frente de Todos (25.10%). Obtuvo dos bancas: la primera de ellas para el propio Milei; la segunda para la actual vicepresidenta, Victoria Villarruel. El 10 de diciembre de 2021 asumió como legislador por la ciudad.

Como ningún otro dirigente, Milei, al frente de LLA, expresó el pasaje de un campo político organizado en torno a dos grandes polos de interpelación, respecto a los que se definían asimismo formaciones políticas con una convocatoria reducida (desde el Frente de Izquierda y de los Trabajadores hasta Consenso Federal o el Frente NOS de Juan José Gómez Centurión), a uno signado por un área de vacancia de interpelación en el cuadrante inferior derecho –el de la derecha “popular”– que se fue expandiendo progresivamente hacia los cuadrantes inferior izquierdo y, en menor medida, hacia el superior derecho (ver nuevamente la **Figura 4**). Esta novedad topológica, de la que figuras públicas como Milei se alimentaron y a la que en buena medida contribuyeron, fue captada por el clivaje “casta” vs. “los argentinos de bien”, que condensaba en el imaginario político una distinción entre quienes se consideraban al amparo del Estado y quienes vivían su experiencia cotidiana en un escenario de salvaje libre mercado.

Dicho de otra forma, la entidad “casta” grafica otro tipo de ruptura o corte en el campo político, ya no entre zonas ideológicas o imaginarias, sino entre quienes encontraban en el Estado promoción y contención, y quienes estaban lanzados a la intemperie del mercado. La dirigencia política –designada como “clase política”– expresaba mejor que ninguno el tipo de sujeto que la entidad “casta” designaba, aunque el término se expandía hasta abarcar a los empleados públicos, a todo aquel que recibiera un salario o un beneficio del Estado.

5.3. El posicionamiento de Milei en la topología política de la Argentina

Cuando los argentinos concurrieron a las urnas para elegir a su próximo presidente, las dos coaliciones dominantes de la década anterior no habían demostrado tener una solución definitiva –o en todo caso, satisfactoria– respecto de las principales demandas de diferentes

actores sociales: la economía argentina no crecía de manera sostenida desde 2012, el PBI era un sube y baja (no aumenta tres años seguidos desde el lustro 2003-2008, cuando era “la Argentina de las tasas chinas”), los niveles de inflación eran cada vez mayores (el INDEC había reportado una subida interanual de 113,4% en el índice de precios del consumidor en julio, semanas antes de las elecciones de primera vuelta), el peso se devaluaba a pasos agigantados. Paralelamente, decrecían notablemente el nivel de salario real, el nivel de retribución por el trabajo formal o informal y, en suma, el poder adquisitivo individual: a mediados de 2023, el salario había caído, comparado con principios de 2015, 15% para el sector registrado y 25% para el sector informal¹³.

Con una mirada retrospectiva, no es impreciso decir que la “grieta” fue, finalmente, el nombre de la suma cero de las coaliciones políticas dominantes, el término que captó menos un diálogo de sordos que una percepción de agotamiento o hartazgo, o en todo caso de falta de renovación política –y, sobre todo, de potencia política para llevar adelante decisiones de peso—. Con este escenario de fondo, LLA creció exponencialmente como *novedad* política, como uno de los canales de expresión electoral de una sociedad insatisfecha en grado creciente. Milei fue, según Touzón y Zapata (2023), “el mejor ‘ladrillo’ que encontró la sociedad” para hacer estallar la estabilidad de la bicoalicción que organizaba el tablero político desde “el conflicto con el campo”.

La victoria de Milei fue transversal en todo el país, se impuso en 21 de las 24 provincias. En algunas como Córdoba, Santa Fe o Mendoza, segunda, tercera y cuarta provincias en población detrás de Buenos Aires, ganó con más del 60% de los votos (alcanzando 74% en Córdoba y 71% en Mendoza). La diferencia en Córdoba con respecto al segundo fue de casi 50 puntos; en Mendoza, San Luis, Santa Fe, Entre Ríos, San Juan o Neuquén, fue de más de 20 puntos (Andrino y Hidalgo Pérez, 2023). Ya Mario Wainfeld (2023) había señalado en *Página/12* en ocasión de la primera vuelta, “En un país federal y diverso eso [el resultado electoral] significa policlasismo, vastedad intergeneracional”.

Pese a esta diversidad, la mayoría de los votos de Milei provienen de una franja etaria específica, la que va de los 16 a los 30 años; entre los menores de 24, llegó a conseguir el 70% de los apoyos. Hay acuerdo entre la mayoría de los analistas en que el cauce electoral del economista encuentra en ese segmento su principal caudal. “Cuanto más joven es el voto, mejor le va. El discurso de autonomía, de libertad y los principios de cierto individualismo emergen contra un Estado, que muchos jóvenes, sobre todo después de la pandemia, ven como algo que cercena libertades”, subraya Facundo Nejamkis (en González del Solar, 2023). No se debe perder de vista, por otro lado, que la mayoría de esos votantes crecieron en esa Argentina de “la grieta” (ver **Figuras 5 y 6**).

¹³ Según los datos que brinda Juan Manuel Telechea en *Cenital*, en junio de 2023, “La cantidad de puestos de trabajo viene creciendo de manera ininterrumpida desde mayo del 2020, superando ampliamente los niveles prepandemia. En dicho período, se crearon 1,3 millones de empleos. [...] Por otro lado, la tasa de desocupación se mantuvo en 6,9% (mostrando una reducción mínima de 0,1 puntos porcentuales en relación al primer trimestre del año pasado)”. Pero, por otro lado, los salarios “se redujeron alrededor de 4% (en términos reales)” en el año, mientras que la caída, comparada con principios de 2015, es “del 15% para el sector registrado y del 25% para el sector informal” (Telechea, 2023).

A la variable edad, debe sumarse la variable género. La mayoría de los votantes jóvenes de Milei son varones (el 68% de los sub-30 dijo que votaría a Milei en el balotaje, contra un 27,1% que respondió que apoyaría a Massa) (Collins, 2023), en tanto que la diferencia entre las mujeres de ese mismo rango etario era mucho más pareja: se imponía Milei con 49,5% frente a 45,2% de respuestas a favor de Massa. Las diferencias significativas exceden, empero, la cuestión de la juventud. El voto de Milei “tiende a ser 60% masculino y 40% femenino”, señalaba Manuel Zunino, de Proyección Consultores. Para Zunino, las mujeres representan un “obstáculo” para La Libertad Avanza, dado que la fórmula “no les habla a las mujeres” (en De Masi, 2023a).

Antes del balotaje, las encuestas que medían intención de voto por género arrojaban una mayoría de rechazo de las mujeres hacia el espacio de Milei. Una investigación del Observatorio de Psicología Social Aplicada de la Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires, titulada “Escenarios Electorales”, mostró que sólo el 22,6 % de las mujeres se manifestaban a favor del candidato libertario, contra un 43,3% de hombres¹⁴. Ahora bien, en el balotaje, al núcleo duro de votantes de Milei –alrededor del 30% de los votantes, voto mayormente masculino y juvenil, de todos los niveles socioeconómicos– se le sumaron los votos “prestados” de la candidata de Juntos por el Cambio, Patricia Bullrich, quien salió tercera en la primera vuelta, con el 23,6%. Estos votos se componen en su mayoría de personas de mayor edad, especialmente mujeres, lo que compensó el sesgo joven y masculino del voto de Milei (Collins, 2023).

La informalidad es una variable que ofrece asimismo contrastes significativos. Según el informe de la Fundación Pensar, Milei tuvo un importante apoyo de personas que trabajan por su cuenta, los denominados “cuentapropistas”, con más de 30 puntos porcentuales de ventaja sobre Massa. “El electorado de Trump y de Bolsonaro, como el de Peña, Erdogan o Milei, no representan ni las élites del saber ni las del dinero”, señala Alfredo Grieco y Bavio (2023). La encuestadora Prosumia, que había proyectado que Milei ganaría por 11 puntos en el ballottage, informa que Milei tuvo una base muy fuerte en cuentapropistas y menos en asalariados: recogió el 63,5% de las preferencias en cuentapropistas, 50,9 en informales y el 50,8 en asalariados (Página/12, 2023).

Estos datos sociodemográficos brindan herramientas para comprender diferentes perfiles de votantes y, de manera más específica, diferentes demandas o reclamos que las coaliciones gobernantes no habían podido satisfacer. Policlasista, intergeneracional, peronista, antiperonista, alto, bajo, en la multiplicidad de perfiles de electores es posible reconocer ciertas predominancias: jóvenes, varones, del ámbito privado, muchos precarizados o informales, a los que suma, en el escenario de balotaje, un amplio juicio negativo respecto al gobierno anterior (el 97% de los votantes de Milei desaprueban la labor del anterior gobierno, del que formaba parte Sergio Massa) (Collins, 2023).

¹⁴La referencia en

<https://elnoticierodigital.com.ar/2023/09/16/javier-milei-y-el-voto-femenino-por-que-los-libertarios-no-están-preocupados-por-la-baja-adhesion-de-las-mujeres/>

Ahora bien, la suma de demandas inarticuladas políticamente expone *a contraluz* un área de vacancia interpelativa, una incapacidad de las formaciones políticas –sean centrales o marginales en términos electorales– para *construir* un horizonte político o para constituirse en expresión de rechazo. Estudiar las razones por las cuales Milei logró hacerlo –aunque sea de forma momentánea y no necesariamente *sólida*– es una tarea que, desde una perspectiva sociodiscursiva, implica analizar su posicionamiento dentro de un sistema topológico, en el que cada posición supone un haz de relaciones de campo con las demás. Para ello, consideramos a continuación, de manera exploratoria, (1) su retórica o relato fundacional y (2) los circuitos de mediatización de su figura. El objetivo es advertir cómo LLA –y centralmente Milei, su referente principal– construye una posición política a partir de su diferenciación y de su homogeneización en una topología mayormente bipolar y en un entorno mediático híbrido, en el que los formatos clásicos de los medios masivos coexisten con formas discursivas típicas de “una cultura snack” (Scolari, 2020), en la que la narración y la argumentación se adaptan a circuitos de circulación en los que prevalece la fragmentación, la viralización, la remixación, etc.

5.3.1. La refundación libertaria. Esbozo de un cambio radical

El estudio de la retórica fundacional de los nuevos gobiernos –asunto que hemos tratado en artículos precedentes, una síntesis en Dagatti (2022)– es vía de acceso privilegiada a la construcción de una identidad política o, en cualquier caso, de un posicionamiento topológico dentro del campo en cuestión. Ésta condensa el núcleo de un relato que tiende a dotar a las formaciones políticas, sea cual fuere su ideología y su programa, de una aptitud para volver inteligible el acaecer de los sucesos históricos a partir de esquemas narrativos en gran medida convencionales.

La retórica fundacional implica dos estrategias discursivas recurrentes: en primer lugar, la puesta en escena de una *secuencia (re)fundacional*, que consiste en la representación esquemática de una situación juzgada desastrosa (y sus víctimas), una fuente del mal (y sus responsables) y una solución (y su garante); esta secuencia se alimenta, en segundo lugar, de la activación imaginaria de una “transferencia política”, esto es, la representación de “algún antagonismo presente como si fuese una repetición o una reactualización de algún conflicto del pasado” (Scavino, 2012, p. 67).

Tratemos de exponer de forma sintética la retórica fundacional de LLA. Concentramos nuestra atención en su retórica o relato fundacional. El *corpus* de análisis *ad-hoc* consiste en el discurso que Milei brindara apenas conocida su victoria en el balotaje presidencial. Nos interesa exponer cómo el presidente entonces electo ofrece a su auditorio un esbozo de su hermenéutica histórica (Angenot, 2008) para sentar las bases del cambio y proponer un horizonte de sociedad *radicalmente* diferente.

La secuencia base está sintetizada en el sintagma nominal “la reconstrucción de la Argentina”, que asume como presupuesto la idea de volver a construir el país después de décadas –casi un siglo para Milei, a decir verdad– de decadencia: “la decadencia argentina”. Los

responsables de esta decadencia son “la casta”, que diseñó “un modelo empobrecedor de Estado”. La solución es construir una Argentina liberal cuyo garante es la propia LLA liderada por Milei. Esa “nueva Argentina” recupera en su memoria, como una tradición olvidada, la saga liberal del siglo XIX –que fue, paradójicamente, la que encabezó el proceso de construcción del Estado/Nación argentino (Chiaromonte, 2004).

La retórica fundacional de LLA es manifiesta ya en la primera línea de su mensaje triunfal: “Buenas noches a todos los argentinos de bien, porque hoy comienza la reconstrucción de Argentina” (DJM¹⁵, 19 de noviembre de 2023)¹⁶. También lo es, en términos argumentativos, la disociación de nociones que permite diferenciar, con un clivaje moral, la entidad los “argentinos de bien” de otro tipo de colectivos no interpelados. La refundación –y la distinción entre un *endogrupo* y un *exogrupo* (van Dijk, 2016, pp. 150-151)– no es tanto política como moral. Con este horizonte, gran parte de su discurso está orientado a definir un final de época con base en la descripción de una situación crítica que la estructura anafórica enfatiza:

Hoy comienza el fin de la decadencia argentina. Hoy empezamos a dar vuelta la página de nuestra historia y volvemos a retomar el camino que nunca deberíamos haber perdido. Hoy se termina el modelo empobrecedor del Estado omnipresente, que solo beneficia a algunos mientras la mayoría de los argentinos sufre. Hoy se termina la idea de que el Estado es un botín a repartirse entre los políticos y sus amigos. Hoy se termina esa visión de que los victimarios son las víctimas y las víctimas, los victimarios. Hoy retomamos el camino que hizo grande este país: las ideas de la libertad, las ideas de Alberdi. En definitiva, las ideas de nuestros padres fundadores, que hicieron que en 35 años pasáramos de ser un país de bárbaros pasáramos a ser la primera potencia mundial. Esas ideas se basan en tres premisas muy simples: un gobierno limitado, que cumple a rajatabla con sus compromisos que ha tomado, respeto a la propiedad privada y comercio libre. Quiero ser muy claro con algo: el modelo de la decadencia ha llegado a su fin. No hay vuelta atrás. (DJM, 19 de noviembre de 2023)

Esta descripción no solo constata “la decadencia argentina”, que sería el resultado de un “modelo de la decadencia” o del “modelo empobrecedor del Estado omnipresente” –cuyo fundamento es el hecho de que “los políticos y sus amigos” tomen al Estado como “botín”–, sino que condensa en esa nominalización una hermenéutica histórica decadentista, una visión de la historia en la que la Argentina fue una “potencia” global a fines del siglo XIX y comienzo del XX, que ha vivido un deterioro progresivo como consecuencia de apartarse de las ideas liberales, “las ideas de la libertad, las ideas de Alberdi”, “las ideas de nuestros padres fundadores”, de aquellos que, nucleados en torno a la generación del 37 y la del 80, dieron forma a un Estado/Nación liberal.

¹⁵ Para no repetir el nombre o apellido de Javier Milei a lo largo del artículo, optamos por hacer mención a sus discursos con la sigla DJM.

¹⁶ También en su discurso inaugural del 10 de diciembre, Milei dejaría en claro su ánimo refundacional: “Hoy comienza una nueva era en Argentina”.

“Decadencia”, de hecho, condensa como entidad nominal, según la Real Academia Española, el sentido de algo que va a menos, que pierde alguna de las condiciones o propiedades que constituían su fuerza, importancia o valor, o bien que se separa del rumbo que pretendía seguir. Toda la historia del país sería la de un largo desvío del camino principal, “el camino que hizo grande este país”, al que hay que volver tan pronto como sea posible. Tanto la nominalización “decadencia” como las subordinadas que el discurso de Milei asume como evidencias incuestionables –“el modelo empobrecedor del Estado omnipresente, *que* solo beneficia a algunos mientras la mayoría de los argentinos sufre”, “las ideas de nuestros padres fundadores, *que* hicieron que en 35 años pasáramos de ser un país de bárbaros a ser la primera potencia mundial”– operan interdiscursivamente como memoria de quienes se autoperciben hoy como herederos legítimos de una tradición y como “víctimas” de un “modelo empobrecedor”: “Hoy se termina esa visión de que los victimarios son las víctimas y las víctimas, los victimarios”. Estamos ante una suerte de revisionismo a la inversa.

Si “la mayoría de los argentinos sufre”, siendo por tanto los perjudicados del modelo que se denuncia, hay, por otro lado, un paradigma designacional en el que tal “modelo empobrecedor” -el “del Estado omnipresente”, el “de la decadencia”- es, finalmente, el modelo de “la casta”, al que se opone “el modelo de la libertad”, que habría de devolver a los argentinos a su condición de “potencia mundial”. Toda la constatación de Milei en este discurso triunfal es una constatación de “los resultados de este modelo” –y más que una constatación original, una explicitación de lo evidente, de lo que está “a la vista de todos”, pero que ha sido hasta ahora silenciado o dejado de lado–:

Los resultados de este modelo están a la vista de todos: de ser el país más rico del mundo hoy somos 130, la mitad de los argentinos son pobres y el 10% es indigente. Basta del modelo empobrecedor de la casta, hoy volvemos a abrazar el modelo de la libertad para volver a ser una potencia mundial. (DJM, 19 de noviembre de 2023)

El “modelo de la casta” condensaría todo aquello que está en las antípodas del “modelo de libertad” de Milei. La crítica a ese modelo y a sus responsables ha sido, probablemente, una de las marcas identitarias de su retórica política, al punto que comenzaba sus discursos de campaña para legislador en 2021 adaptando una de las canciones más populares de la banda de *hard rock* La Renga, *Panic show*: “Hola a todos, yo soy el león, rugió la bestia en medio de la avenida. La casta corrió sin entender, panic show a plena luz del día. Por favor, no huyan de mí, yo soy el rey de un mundo perdido. Soy el rey y te destrozaré, toda la casta es de mi apetito’. ¡Viva la libertad, carajo!”.

Como apropiación de un área vacante, como “rey de un mundo perdido”, la refundación de Milei tiene por base la descripción de una situación crítica *evidente*, que estaría a la vista de todos, de la que se deriva una deontología tan indiscutible como necesaria, ineluctable, del cambio radical. Los dos párrafos siguientes de su discurso triunfal son gráficos al respecto:

Así, una vez finalizado el mandato [del gobierno saliente] podamos comenzar a transformar esta realidad tan trágica para millones de argentinos. Que se entienda bien: la situación de Argentina es crítica. Los cambios que nuestro país necesita son drásticos, no hay lugar para gradualismo, no hay lugar para la tibieza, no hay lugar para medias tintas. Si no avanzamos rápido con los cambios estructurales que la Argentina necesita, nos dirigimos derecho a la peor crisis de toda nuestra historia. Es fundamental que todos aquellos que queremos volver a abrazar las ideas de la libertad trabajemos juntos a partir del 10 de diciembre y podamos darle respuesta a una sociedad que ha sido abandonada por la clase política las últimas décadas. (DJM, 19 de noviembre de 2023)

Tenemos problemas monumentales por delante: la inflación el estancamiento, la falta de empleo genuino, la inseguridad, la pobreza e indigencia. Problemas que solo tienen solución si volvemos a las ideas de la libertad, problemas que solo tienen solución si aquellos que queremos una Argentina distinta trabajamos juntos. A todos aquellos que nos están mirando, quiero decirles que la Argentina va a volver a ocupar el lugar en el mundo que nunca debió haber perdido. Nuestro compromiso es con la democracia, con el comercio libre y con la paz. Vamos a trabajar codo a codo con todas las naciones del mundo libre para ayudar a construir un mundo mejor. (DJM, 19 de noviembre de 2023)

Esta deontología –este modo de enunciar basado en el deber, muy caro por otro lado a la *forma mentis* de los discursos neoliberales (ver Fairclough, 2008)– abre en el discurso de Milei toda una zona de futuro, en la que se articulan modalidades prescriptivas (“Los cambios que nuestro país necesita son drásticos, no hay lugar para...”, “Es fundamental que...”) con modalidades predictivas (“Si no avanzamos rápido... nos dirigimos a la peor crisis de toda nuestra historia”, “Problemas que solo tienen solución si...”) y modalidades programáticas (“quiero decirles que la Argentina va a volver ocupar el lugar en el mundo que...”, “Nuestro compromiso es...”, “Vamos a trabajar codo a codo... para ayudar a construir un mundo mejor”)¹⁷. No sorprende, en este sentido, que la preocupación por el futuro sea motivo de interpelación eventual al conjunto de la población: “todos aquellos que...”, “problemas que solo tienen solución si aquellos que queremos una Argentina distinta trabajamos juntos”.

No hay para Milei otra alternativa que la de un futuro libertario. Esta posición conjuga promesa, pero sobre todo necesidad:

A los argentinos quiero decirles que a pesar de los problemas enormes que tiene el país, a pesar de lo sombrío que luce la situación, quiero decirles que Argentina tiene futuro, pero ese futuro existe si ese futuro es liberal. (DJM, 19 de noviembre de 2023)

Alcanza con los extractos citados para advertir que el primer discurso de Milei como presidente electo abunda en estructuras condicionales del tipo “Si X, entonces Y” o “Sólo si X, entonces Y”: “Si no avanzamos rápido...”, “Problemas que solo tienen solución si...”, “ese

¹⁷ Hablamos en este tramo de modalidad en el sentido en que Verón (1987) habla de componentes de la enunciación política. Optamos por el término más genérico –e igualmente pertinente– de “modalidad” en este caso para evitar confusiones con el término “componente” utilizado por Angenot (2010) respecto de la hegemonía discursiva.

futuro existe si ese futuro es liberal”. El porvenir asoma entre prescripciones y condiciones con una fragilidad acuciante, como si no hubiera otro futuro posible que el imaginado por Milei y como si cualquier objeción sometiera al proyecto en su conjunto a una crisis irreversible. El saber se vuelve deber; todo futuro que no sea “liberal” se vuelve distopía, caos, catástrofe:

No venimos a inventar nada. Venimos a hacer las cosas que la historia ha demostrado que funcionan. Venimos a hacer lo mismo que hicimos durante el siglo XIX en nuestro país, lo mismo que hicieron países como Irlanda hace no tanto tiempo, venimos a abrazar las ideas de la libertad que son aquellas que garantizan la prosperidad de los argentinos. Si abrazamos estas ideas no solo vamos a poder solucionar los problemas de hoy, sino que dentro de 35 años volveremos a ser una potencia mundial. (DJM, 19 de noviembre de 2023)

La negación de todo margen de invención –que tendría, en esta lógica, sabor a craso empirismo o a improvisación derivada de ignorancia– refuerza la modalidad de saber por el carácter pretendidamente científico del modelo libertario. El discurso de Milei expone su proyecto como la aplicación de un plan cuyo éxito está contenido *in nuce* en sus leyes mismas. Los casos, los acontecimientos, todo eso que llamamos retrospectivamente historia, no son, en este sentido, más que la confirmación empírica de leyes científicas que someten todo tiempo y espacio. Tan indivisible resulta el plan que no hay margen de negociación posible dentro de un sistema democrático, que hace del diálogo, la pluralidad y la tolerancia valores estructurales (Levitsky y Ziblatt, 2018).

5.3.2. La mediatización avanza. El fenómeno Milei en un sistema híbrido

A lo largo del siglo XXI, las prácticas de consumo mediático de la población a escala global y nacional han cambiado como consecuencia de cambios tecnológicos y socioculturales de profundo alcance. Couldry et al. (2007) señalan que es fácil advertir la fragmentación gradual de los públicos o audiencias, la multiplicación de los productos mediáticos y la mayor autonomía de las agendas mediáticas de los individuos dentro de los hogares. La brevedad, la fugacidad, la fragmentación, la viralidad, la remixabilidad, la transmedialidad son, según Scolari (2020), características de las formas mediáticas contemporáneas, notoriamente de las audiovisuales. A ello se suma que los usuarios consumen, eligen e interpretan los textos mediáticos y las tecnologías según su clase social, género, ocupación y edad (Araújo Vila, Fraiz Brea y Cardoso, 2019).

La mediatización de Milei implica considerar dos grandes cuestiones como resultado de una primera exploración del fenómeno en el ecosistema mediático actual: en primer lugar, su aparición como panelista televisivo; en segundo lugar, su posicionamiento en el universo de los medios conectivos (van Dijck, 2012), especialmente los audiovisuales. Con respecto a la primera cuestión, la forma dominante de participación de Milei ha sido la del panelista televisivo –y en menor medida, radial–. Becerra (2023) recupera, de hecho, datos publicados por la Consultora *Ejes de Comunicación* en los que Milei es el economista con mayor cantidad de segundos de aire

en televisión en 2018¹⁸: brindó 235 entrevistas y tuvo casi 54 horas. Su voz ha encontrado validación progresiva –y su figura se ha familiarizado– en medio de una *gnoseología* dominante¹⁹ que podríamos denominar con Angenot (2010) *lo panelístico generalizado*: si todo acto de discurso es también “un acto de conocimiento” (p. 41), hay que identificar un conjunto de lógicas que determinan la función cognitiva de los discursos, que modelan los discursos como operaciones cognitivas, que sirve de ‘manual de uso’ de las tópicas. A nuestro modo de ver, estas lógicas responden en el ámbito público al valor *per se* de toda opinión y al *ethos* de convicción a ella asociado: no importa la verdad, importa la posibilidad de expresar una opinión, en tanto toda verdad se vuelve relativa, discutible, sujeta a banalización, muy especialmente si se trata de una voz experta.

En el primer párrafo de una nota de la sección “Espectáculos”, la edición del diario *Clarín* del 28 de julio de 2016 comenta que hace unos días el conductor televisivo Alejandro Fantino presentó a un nuevo panelista en su programa “Animales sueltos”, transmitido por Canal América. A primera vista, dice la nota, este flamante invitado “no muy mediático, por ahora, destaca por su alborotado peinado”, pero “basta que abra la boca, para descubrir a un hombre enérgico, polémico, histriónico... y profundamente anti K” (Clarín, 2016). “Javier Milei, el economista del peinado raro” es el título de la nota, que ofrece en pocas palabras un perfil sucinto del personaje. Corre mediados de 2016 y Milei es un completo desconocido para el público del principal multimedio argentino; sin embargo, a esa primera participación en programas de panelismo le siguieron otras, y será a partir de ellas –y de manera exponencial a partir de la pandemia– cuando Milei consolidaría un *ethos* histriónico afín al formato televisivo²⁰.

Lejos de la imagen tecnócrata y atildada de otros muy televisados economistas como Álvaro Alsogaray, Domingo Cavallo, Roque Fernández o Ricardo López Murphy, sus apariciones televisivas y radiales –en la que la voz y el cuerpo son vectores fundamentales– conjugarían en dosis homeopáticas lenguaje sofisticado, jerga financiera y un desparpajo mediático que lo volverían atractivo y, sobre todo, viralizable, *bocatto di cardinale* del consumo irónico para algunos, mesías en el desierto de “lo políticamente correcto” para otros. El estilo de Milei es afín a ese universo de microrrelatos ubicuos y remixables que Scolari (2020) denomina “cultura snack”.

El fenómeno Milei ha circulado por diferentes espacios y circuitos culturales o mediáticos que otros políticos desconocen, descuidan o siquiera pueden procesar y, al hacerlo, reingresa al mundo público de una manera singular, bajo otros códigos y condiciones de lectura, a distancia de la “lengua de madera” de los políticos tradicionales y de una seriedad de rigor que muchos

¹⁸ El relevo de segundos de aire de cada economista se realizó nuevamente en 2021, pero Milei ya no figuraba debido a su conversión en figura política.

¹⁹ Por gnoseología hacemos referencia a “las bases cognitivas que permiten comprender sinópticamente los discursos de la prensa, ciertas prácticas literarias, ciertos procedimientos científicos y otras formas instituidas de la cognición discursiva” (Angenot, 2010, p. 41).

²⁰ “Fantino fue el que tuvo las agallas de ponerme en primera”, declaró Milei en *La Nación*. “La gran popularidad viene cuando voy a lo de Fantino y cuando voy a Intratables [otro programa de panelistas del canal América]. Ahí empieza como una suerte de locura de gente siguiéndome por todos lados. Hago mínimo 30 *selfies* por día y estoy todo el tiempo mandando mensajes porque me piden que les grabe un saludo. Pasé de hacer charlas a las que iban 30 tipos a encontrarme con auditorios de 500 a 1500 personas” (Chaluleu, 2022).

consideran impostada. Hay un video de 2018, en el programa “La tribuna de Guido”, en Canal 13, en el que Milei canta “Fuiste mía un verano”, un tema de Leonardo Favio. A medida que su imagen *freak* rinde, aparecen otros, desperdigados en la red a lo largo del tiempo: en el Canal de la Ciudad, conduce “El consultorio de Milei”, versión televisiva de su show teatral en calle Corrientes; con Moria Casan, cuenta sus preferencias sexuales. También allí está su entrada de soslayo en la vidriera pública: no solo en su estilo *rebelde*, sino también en los géneros o escenarios por los que ha transitado con mayor o menor frecuencia y con cierta soltura: desde clases y talleres de economía hasta fiestas Otakus disfrazado de superhéroe libertario.

La segunda cuestión, dijimos, es su posicionamiento en el universo de los medios conectivos, sobre todo en el mundo de las redes sociales audiovisuales como Instagram, Tik Tok y YouTube. Las redes sociales digitales han sido, de hecho, una de las grandes fortalezas del candidato Milei. Antes de su triunfo electoral (ser presidente cambia, obviamente, la ecuación), tenía más de 649.000 seguidores en YouTube, más de 765.000 en Twitter, más de 1.200.000 en TikTok, más de 1.800.000 en Instagram; apenas 517.000 en Facebook, la red que las nuevas generaciones aman odiar y ya dejaron mayormente de lado como medio preferido de socialización. El expresidente Mauricio Macri, líder del partido que cambió las coordenadas de la comunicación política argentina en redes, era allí rey de un reino perdido: 4.3 millones de seguidores.

Los números de Milei en *social media* resultan más contundentes por comparación con otras de las principales figuras de la política argentina actual. En Twitter, por ejemplo, considerada como “un lugar para el debate público” (van Dijck, 2012, p. 122), sacaban diferencia holgada los tres dirigentes que ejercieron la presidencia de la Nación en la década pasada: Cristina Fernández (2007-2015) tenía más de 6 millones de seguidores; Macri (2015-2019), más de 5; el tercero era Alberto Fernández (2019-2023), con más de 2 millones. Pero los números son otros en Instagram, nacido en 2010, y TikTok, surgido en 2016, donde pasan gran parte de su tiempo los *centennials* (no olvidemos que gran parte del electorado de Milei es sub-30). En Instagram, solo el presidente Alberto Fernández tenía más *followers* que Milei: más de 2.5 millones contra 1.8 millón; tercera estaba Cristina Fernández de Kirchner, con 1.403.296 de usuarios. En TikTok, Milei duplicaba los números de quien le seguía, Horacio Rodríguez Larreta, con más de 520.000. Sergio Massa tenía menos de 10 mil seguidores. Cristina Fernández y Mauricio Macri no tenían cuenta oficial.

Hay que buscar el éxito de Milei en circuitos en los que importa menos la imagen estática e importa más el flujo, el torrente audiovisual caudaloso, en el que él vuelca su histrionismo y su énfasis. “Lo que el espacio de Milei cataliza –señala Becerra (2023)– es una tendencia previa de influencers, youtubers y cuentas con contenido antifeminista, xenófobo, antiprogresista, antiderechos laborales y ambientales y de exaltación de la violencia contra personas y grupos identificados como enemigos”. En ese sentido, agrega, “la campaña de Milei es producto de la convergencia de agendas que, sin ser novedosas, hallan articulación en voceros en redes digitales desde hace años. El sujeto que activa de modo militante a Milei lo precede”. No conviene perder de vista que las cuentas en redes “que mayor alcance e interacción tienen no son las propias de

lxs candidatxs de LLA, sino las cuentas de influencers o militancia virtual que muestran a Milei en entrevistas periodísticas, o hablan sobre sus propuestas” (Alfie, 2023).

Así circula el fenómeno Milei, entre videos breves, *reels*, memes, cápsulas meteóricas que flotan por el espacio sideral de Internet, rebotando entre algoritmos, máquinas y usuarios. Como fenómeno, hace eco en zonas insondables de esa sociedad de red que está allí a la vista, pero a la que nadie presta demasiada atención. *El Peluca Milei* es el nombre de un canal de sus fans en YouTube, que fue creada en 2020 y tiene más de 800 mil suscriptores. Allí, bajo el banner “Los políticos son unos parásitos”, aparecen videos en los que Milei “explota” contra periodistas, en los que “desburra” a políticos o “les cierra la boca” a kirchneristas, comunistas, feministas. “Con sentido de la oportunidad, la exposición del dogma que Milei encarna en la Argentina –señala Becerra (2023)– es lubricada por la programación algorítmica de grandes compañías globales.”

6. “Make Argentina Great Again”. Consideraciones finales

El área de vacancia interpelativa que LLA domina hoy día como articulador de demandas insatisfechas ocupa un sector del tablero político del que se habían retirado progresiva y simultáneamente las dos principales coaliciones políticas que habían organizado la disputa política a partir de la poscrisis de 2001. La emergencia de Milei/LLA como fenómeno es, a nuestro modo de ver, el síntoma de una reorganización *momentánea* del sistema topológico del campo político argentino –es decir, de *quién* puede tener autoridad o legitimidad para decir *qué* en *qué* lugares–.

Esta reorganización es una de las principales derivas de una mutación *en curso* de la hegemonía discursiva, cuyos alcances se advierten al mirar otros de sus componentes, como la configuración de un sujeto-norma de índole moral (ego- y etnocentrismo), el denominado “ciudadano de bien” o “argentino de bien”, asociado a una visión del mundo autodenominada “anarcocapitalista”; también a dos grandes emociones dominantes, el sacrificio y el resentimiento, y a la pérdida del aura *intocable* de ciertos fetiches como el Estado, que se corresponde con la emergencia de nuevos, como la libertad.

Milei no crea ni instala ninguno de estos cambios *ex nihilo*, pero es quien ha sido capaz de articularlos exitosamente en la competencia electoral y, en un sentido más amplio, en el universo mediático de la política. El más notorio resulta, de hecho, el de poner en entredicho *fetiches* que habían encontrado su intangibilidad como resultado, en el caso de la democracia, del consenso argentino de la transición democrática y, en el caso del Estado, de la dominancia de una mirada intervencionista derivada de ciertas representaciones dominantes sobre la crisis neoliberal.

Con una visibilidad híbrida, acorde a una mediatización también híbrida, Milei expresa un estado del discurso en el que el Estado se convierte menos en un garante del bienestar del conjunto social que en una caja de recursos para ciertos sectores. Su figura crece en la “cuña” –dice Lorena Álvarez (2023)–, entre los que cobran a primero de mes y los que cuentan los

billetes para llegar a fin de mes, entre quienes disfrutaron del cobijo hogareño en la pandemia mientras una parte importante de los trabajadores –formales o informales– perdían sus negocios, sus trabajos o sus ingresos. “Son del partido de sus propios brazos” resume Martín Rodríguez (2023). “Es gente que se acostumbró a arreglárselas solo. Gente que lleva demasiados años sin que les hablen a ellos. [...] El Estado como realización comunitaria no existe si sólo se nombra”.

Hay en Milei, por otro lado, dos grandes emociones –lo que Angenot denomina “dominante de pathos” (2010)– que alimentan la articulación, por medio de la interpelación, de demandas o reclamos del colectivo que el nuevo gobierno apuesta a construir. Hablamos, en primer lugar, de eso que Angenot denomina “ideologías del resentimiento” (1997). Para Angenot, “El resentimiento se basa en algunos paralogismos principales: que la superioridad adquirida en el mundo empírico, en el mundo tal como es, es en sí misma y sin más un indicio de bajeza “moral” –de allí, por ejemplo, la disociación entre “ciudadanos de bien” y “casta”–; que los valores que los sectores dominantes reconocen y promueven están completamente devaluados, que los beneficios materiales y simbólicos que proporcionan de manera desigual son no solo injustos sino despreciables en sí mismos; y que cualquier situación de subordinación otorga el derecho al estatus de víctima — que cualquier fracaso, cualquier ineptitud para tomar ventaja en este mundo puede transformarse en mérito y legitimarse como demanda hacia los supuestos privilegiados, negando toda responsabilidad” (1997, p. 11)²¹.

La segunda gran emoción en términos de interpelación es una que ya Cambiemos había activado durante su gobierno (2015-2019) y cuya verosimilitud posiblemente ha sedimentado durante el mandato de Alberto Fernández. Hablamos del sacrificio. Si, por un lado, se trata de invertir la lógica de víctimas y victimarios –“Hoy se termina esa visión de que los victimarios son las víctimas y las víctimas, los victimarios” (DJM, 19 de noviembre de 2023)–, por el otro, se trata de hacer del sacrificio –y el sufrimiento y el esfuerzo a él asociados– la virtud inmediata que mejor se ajusta al *mundo ético* de la redención al que Milei invita a incorporarse; esto porque es la capacidad de adaptarse al único mundo que nos queda, con la promesa de alcanzar el mejor de los mundos posibles: volver a ser potencia. En su discurso de asunción, Milei afirma, apelando a una cita de autoridad de uno de los próceres del liberalismo de fines del siglo XIX:

Sabemos que será duro, por eso quiero también traerles una frase sobresaliente de uno de los mejores presidentes de la historia argentina, que fue Julio Argentino Roca. “Nada grande, nada estable y duradero se conquista en el mundo cuando se trata de la libertad de los hombres y del agradecimiento de los pueblos si no es a costa de supremos esfuerzos y dolorosos sacrificios”. (DJM, 10 de diciembre de 2023)

Como señala Julieta Waisgold (2024), “A cambio de la ‘solución definitiva’ que ofrece, Milei pide un sacrificio que durará entre 15 a 45 años”. Así lo indica la tradición judeo-cristiana en la que Milei se inscribe de forma ostensible, no hay redención sin sacrificio: el sacrificio es un

²¹ Esta cita es una traducción realizada por el autor de este artículo de un fragmento del libro *Les idéologies du ressentiment*, por ahora inédito en español.

precio a pagar por el pecado y el alejamiento de Dios, Cristo se sacrifica por nosotros, etc. Hay nuevamente aquí una dimensión moral ya presente en la entidad misma “ciudadanos de bien” o “argentinos de bien”. Afrontar el sacrificio es el primer paso para salvarse, para volver a nacer.

La contracara del Estado, ese fetiche ahora profanado, resulta, en el discurso de Milei, la libertad; al “modelo del Estado empobrecedor” de la casta se le opone “el modelo de la libertad”. Este clivaje es uno de los más notorios de una visión de mundo (Angenot, 2010) cuyos promotores denominan “libertarianismo” o “anarcocapitalismo”, una filosofía de corriente ultraliberal que prevé la ausencia de la centralización administrativa del Estado y que deja que las relaciones sociales sean reguladas por el libre mercado. Su programa de reformas, explicitado en su plataforma electoral²², planeaba una “reducción drástica” del gasto público a partir de un “reordenamiento del Estado”, así como apostaba por el fomento de sistemas de salud y educación privados; incluía la creación del Ministerio de Capital Humano a partir de la fusión de los ministerios de Salud, Desarrollo Social, Trabajo y Educación; la eliminación del 90% de los impuestos, ya que “entorpecen” la economía; una reforma laboral, con promoción de “una nueva ley de contrato de trabajo sin efecto retroactivo”, en la que se eliminen “las indemnizaciones sin causa para sustituirlo por un sistema de seguro de desempleo a los efectos de evitar la litigiosidad”. Proponía asimismo una apertura comercial irrestricta, la eliminación de restricciones cambiarias, de todas las retenciones y derechos de exportación, y de los subsidios energéticos; la baja de la edad de imputabilidad de los menores; el cierre o privatización de medios de comunicación públicos como la agencia de noticias Télam, la TV Pública o el Instituto Nacional de Cines y Artes Audiovisuales (INCAA).

No sería aventurado señalar que esta visión de mundo interpela a un conjunto amplio de la población que no conseguía canalizar sus demandas o emociones a través de las formaciones políticas tradicionales. La emergencia de LLA tiene, en este sentido, una explicación topológica: cubre un área de vacancia interpelativa. Definido como ultraderechista, ultraconservador, ultraliberal doctrinario, trumpista, filofascista, de Javier Milei importa, sobre todo, su singularidad dentro del tablero político argentino. Esa fue, a nuestro entender, su principal fuerza electoral: expresar *la posibilidad de que algo cambie o de que todo finalmente estalle*. Nuestro artículo ha tenido por objetivo caracterizar las condiciones de posibilidad del posicionamiento de La Libertad Avanza en el campo político argentino. Esta caracterización, por otro lado, resulta pertinente para mostrar la relevancia de un análisis topológico como modo de estudio sectorial de una hegemonía discursiva que Angenot entiende como sistema regulador global.

²² El enlace para acceder a la plataforma de La Libertad Avanza en 2023 está disponible en el sitio de la Cámara Nacional Electoral:
<https://www.electoral.gob.ar/nuevo/paginas/pdf/plataformas/2023/PASO/JUJUY%2079%20PARTIDO%20RENOVADOR%20FEDERAL%20-PLATAFORMA%20LA%20LIBERTAD%20AVANZA.pdf>

Referencias bibliográficas

- Aboy Carlés, G. (2001). *Las dos fronteras de la democracia argentina. La reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*. Rosario: Homo Sapiens.
- Aguirre, J. (14 de febrero de 2021). La Argentina del juego de suma cero: cuando la apuesta es a perder. *MDZ*. Recuperado de <https://www.mdzol.com/politica/2021/2/14/la-argentina-del-juego-de-suma-cero-cuando-la-apuesta-es-perder-139059.html>
- Akkerman, T., de Lange, S. y Rooduijn, M. (Eds.). (2016). *Radical Right-Wing Populist Parties in Western Europe: Into the Mainstream?* London/New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315687988>
- Alfie, C. (25 de agosto de 2023). Javier Milei, el candidato que te hace gaslighting. *Página/12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/581545-el-candidato-que-te-hace-gaslighting>
- Altamirano, C. (2011). *Peronismo y cultura de izquierda*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Álvarez, L. (14 de agosto de 2023). ¿Quién le teme al lobo feroz? *Panamá Revista*. Recuperado de <https://panamarevista.com/quien-le-teme-al-lobo-feroz/>
- Anderson, P. (2018). *La palabra H. Peripecias de la hegemonía*. Madrid: Akal.
- Andrino, B. y Hidalgo Pérez, M. (21 de noviembre de 2023). Mapa | ¿Quién ha votado a Milei? Así son sus apoyos por edad, género o territorio. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/argentina/2023-11-21/mapa-quien-ha-votado-a-milei-asi-son-sus-apoyos-por-edad-genero-o-territorio.html>
- Angenot, M. (1989). 1889. *Un état du discours social*. Montreal: Éditions du Préambule.
- Angenot, M. (1997). *Les idéologies du ressentiment*. Montreal: XYZ Editeur.
- Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XX.
- Angenot, M. (2011). *L'histoire des idées. Problématiques, objets, concepts, méthodes, enjeux, débats. Vol. I y II*. Montreal: McGill University Press.
- Angenot, Marc (2008). *Dialogue des sourds. Traité de rhétorique antilogique*. Paris: Mille et une Nuits.
- Araújo Vila, N. Fraiz Brea, J. y Cardoso, L. (2019). The influence of sociodemographic variables on audiovisual consumption. The case of Spain. *Social Sciences*, 8 (239). <https://doi.org/10.3390/socsci8080239>
- Becerra, M. (15 de octubre de 2023). Milei, las palabras sin las cosas. *Acción*. Recuperado de <https://accion.coop/opinion/milei-las-palabras-sin-las-cosas/>
- Caiani, M. y Kröll, P. (2015). The transnationalization of the extreme right and the use of the Internet. *International Journal of Comparative and Applied Criminal Justice*, 39, 331 - 351.
- Chaluleu, M. (14 de marzo de 2022). Javier Milei: “Ese día empecé a jugar en primera”. Un encuentro con Fantino y las enseñanzas de Mauro Viale. *La Nación*. Recuperado de

<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/ese-dia-empece-a-jugar-en-primera-un-encuentro-casual-con-fantino-y-las-enseanzas-de-mauro-viale-nid14032022/>

- Cheresky, I. (Comp.) (2006). *La política después de los partidos*. Buenos Aires: Prometeo.
- Chiaramonte, J. C. (2004). *Nación y Estado en Iberoamérica. El lenguaje político en tiempos de las independencias*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Choroszczucha, S. (23 de agosto de 2019). Un sistema de “suma cero”. *El Economista*. Recuperado de <https://eleconomista.com.ar/economia/un-sistema-suma-cero-n27369>
- Collins, J. (27 de noviembre de 2023). ¿Quién votó exactamente a Milei para que llegara al poder? *Pirate Wire Services*. Recuperado de <https://www.piratewireservices.com/p/quien-voto-exactamente-a-milei-para>
- Cómo fue el voto a Massa y Milei según la condición laboral (21 de noviembre de 2023). *Página/12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/645645-como-fue-el-voto-a-massa-y-milei-segun-la-condicion-laboral>
- Couldry, N. et al. (2007). *Media consumption and public engagement. Beyond the presumption of attention*. Hampshire: Palgrave MacMillan.
- Curia, W. (2010). *El último peronista. ¿Quién fue realmente Néstor Kirchner?* Buenos Aires: Sudamericana.
- Dagatti, M. (2014). Refundar la patria. Los legados del primer kirchnerismo. En E. Arnoux, y V. Zacchari. (Coords.), *Discurso y política en Sudamérica* (pp. 165-200). Buenos Aires: Biblos.
- Dagatti, M. (2017a). Volver al futuro. Las refundaciones discursivas en la Argentina contemporánea (2001-2015). *Pensamiento al margen*, 6, 47-72.
- Dagatti, M. (2017b). *El Partido de la Patria. Los discursos presidenciales de Néstor Kirchner*. Buenos Aires: Biblos.
- Dagatti, M. (2018). Imágenes de un mundo que cree en las imágenes: retóricas visuales de la política en la Argentina contemporánea. En M. Dagatti y V. Sargentini. (Eds.), *Los pueblos de la democracia. Política y medios en el siglo XXI* (pp. 71-94). San Fernando: La Bicicleta Ediciones.
- Dagatti, M. (2019). Los imaginarios políticos en la Argentina contemporánea (2011-2018). Contribución a un estudio visual de la hegemonía discursiva. En A. Aymá y M. Dagatti. (Comps.), *La política en escena. Voces, cuerpos e imágenes en la Argentina del siglo XXI* (pp. 163-182). Bernal: Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes.
- Dagatti, M. (2019). Retóricas visuales de la política en la Argentina contemporánea (2011-2018). Contribución a un estudio de la hegemonía discursiva. En A. Vitale, E. Lopes Piris, A. Carrizo e I. Azevedo. (Orgs.), *Estudios sobre discurso y argumentación* (pp. 301-318). Coimbra: Grácio Editor.
- Dagatti, M. (2021). A las puertas de la Casa Rosada. La construcción del mundo imaginal kirchnerista (2003-2019). *Cuadernos del Centro de Estudio en Diseño y Comunicación*, 24 (112), 133-158. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi112>

- Dagatti, M. (2022). La rhétorique « fondationnelle ». Identité politique et usages du passé dans les discours politiques des gouvernements argentins du XXI^e siècle. *Argumentation et analyse du discours*, 29, 1-20. <http://journals.openedition.org/aad/6663>
- De Masi, V. (16 de septiembre de 2023). El voto de las mujeres define si Milei gana o no en primera vuelta. *El Diario.Ar*. Recuperado de https://www.eldiarioar.com/politica/elecciones-2023/voto-mujeres-milei-primera-vuelta_1_10_519097.html
- Disanti, M. y Martínez, L. (13 de mayo de 2019). CFK, sobre “Argentina Trabaja” y “Ellas Hacen”: “El Gobierno que yo dejé con 207 mil planes sociales hoy tiene 467 mil”. *Chequeado*. Recuperado de <https://chequeado.com/ultimas-noticias/cfk-sobre-argentina-trabaja-y-ellas-hacen-el-gobierno-que-yo-deje-con-207-mil-planes-sociales-hoy-tiene-467-mil/>
- Fairclough, N. (2008). *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño*. Buenos Aires: La Crujía.
- Fossaert, R. (1977). *La société. Tome I. Une théorie générale*. París: Les Éditions du Seuil.
- Fossaert, R. (1983). *La société. Tome VI. Les structures idéologiques*. París: Les Éditions du Seuil.
- González del Solar, F. (15 de agosto de 2023). ¿Cómo se compone el voto a Milei? Electores jóvenes, varones, con una agenda “antiurbana” y que eligen soluciones “fácilmente decodificables” a problemas complejos. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/politica/como-se-compone-el-voto-a-milei-electores-jovenes-varones-con-una-agenda-antiurbana-y-que-eligen-nid14082023/>
- Grieco y Bavio, A. (20 de mayo de 2023). Peña, Erdogan, Milei, ¿en qué se parecen los que ganan? *El Diario.Ar*. Recuperado de https://www.eldiarioar.com/opinion/pena-erdogan-milei-parecen-ganan_129_10221888.html
- Gruppi, L. (1978). *El concepto de hegemonía en Gramsci*. México: Ediciones de Cultura Popular.
- Javier Milei, el economista del peinado raro. (28 de julio de 2016). *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/espectaculos/fama/javier_milei-alejandro_fantino-animales_sueltos_0_HkbsG9Du.html
- Kovacic, F. (9 de septiembre de 2016). “El kirchnerismo es el peronismo de las clases medias”. Entrevista con Carlos Altamirano. *Brecha*. Recuperado de <https://brecha.com.uy/kirchnerismo-peronismo-las-clases-medias/>
- Levitsky, S. y Roberts, K. (Eds.). (2011). *The Resurgence of the Latin American Left*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Levitsky, S. y Ziblatt, D. (2018). *Cómo mueren las democracias*. Buenos Aires: Ariel.
- Luna, J. P. y Rovira Kaltwasser, C. (Eds.). (2014). *The Resilience of the Latin American Right*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

- Montero, A. S. (2012). *¡Y al final un día volvimos! Los usos de la memoria en el discurso kirchnerista (2003-2007)*. Buenos Aires: Prometeo.
- Ostiguy, P. (1997). Peronismo y antiperonismo. Bases socioculturales de la identidad política en la Argentina. *Revista de Ciencias Sociales*, 6, 133-215.
- Pereyra Doval, G. y Souroujon, G. (Eds.). (2024). *Argentina's Right-Wing Universe During the Democratic Period (1983–2023): Processes, Actors and Issues*. Nueva York: Routledge.
- Right-Wing Populist Javier Milei Gains Support in Argentina by Blasting 'Political Caste' (28 de mayo de 2023). *Associated Press*. Recuperado de <https://www.usnews.com/news/world/articles/2023-05-28/right-wing-populist-javier-milei-gains-support-in-argentina-by-blasting-political-caste>
- Rodríguez, M. (14 de agosto de 2023). ¿Qué se escucha? *Panamá Revista*. Recuperado de <https://panamarevista.com/que-se-escucha/>
- Scavino, D. (2012). *Rebeldes y confabulados. Narraciones de la política argentina*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.
- Scolari, C. (2020). *Cultura snack*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Semán, P. (Ed.). (2023). *Está entre nosotros. En 2023 la extrema derecha ganó el balotaje y logró lo impensado: llegar al gobierno en el país del Nunca Más*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Sidicaro, R. (2004). ¿Kirchner es peronista? En J. Natanson. (Ed.), *El presidente inesperado* (pp. 39-43). Rosario: Homo Sapiens.
- Stefanoni, P. (2021). *¿La rebeldía se volvió de derecha? Cómo el antiprogresismo y la anticorrección política están construyendo un nuevo sentido común (y por qué la izquierda debería tomarlos en serio)*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Telechea, J. M. (28 de junio de 2023). Milei y los anteúltimos. *Cenital*. Recuperado de <https://cenital.com/milei-y-los-anteultimos/>
- Touzón, P. y Zapata, F. (14 de agosto de 2023). El caos es una escalera. *Panamá Revista*. Recuperado de <https://panamarevista.com/el-caos-es-una-escalera/>
- Van Dijck, J. (2012). *La cultura de la conectividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- van Dijk, T. (2016). Estudios Críticos del Discurso: Un enfoque sociocognitivo. *Discurso & Sociedad*, 10(1), 137-162.
- Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En Verón, E. y otros, *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos* (pp. 10-26). Buenos Aires, Hachette.
- Verón, E. (1998). Mediatización de lo político: estrategias, actores y construcción de los colectivos. En J. Gautier, J. Autier, A. Hoselin y J. Mouchon. (Orgs), *Comunicación y política* (pp. 220-236). Barcelona: Gedisa.
- Vommaro, G., Morresi, S. y Bellotti, A. (2015). *Mundo Pro. Anatomía de un partido fabricado para ganar*. Buenos Aires: Planeta.
- Wainfeld, M. (16 de agosto de 2023). Javier Milei. La proyección fulmínea de un candidato temible. *Página/12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/579286-la-proyeccion-fulminea-de-un-candidato-temible>

Waisgold, J. (11 de enero de 2024). Panic show. *El Diario.Ar*. Recuperado de https://www.eldiarioar.com/opinion/panic-show_129_10827230.html

Williams, R. (2009). *Marxismo y literatura*. Buenos Aires: Las cuarenta.

Zunino, E. y Russo, C. (2015). *Cerrar la grieta. Ideas urgentes para el reencuentro de los argentinos*. Buenos Aires: Sudamericana.

Figuras

Figura 1. Un espacio bidimensional de posicionamientos e interpelaciones para estudiar la topología del campo político en la Argentina. Fuente: Ostiguy (1997)

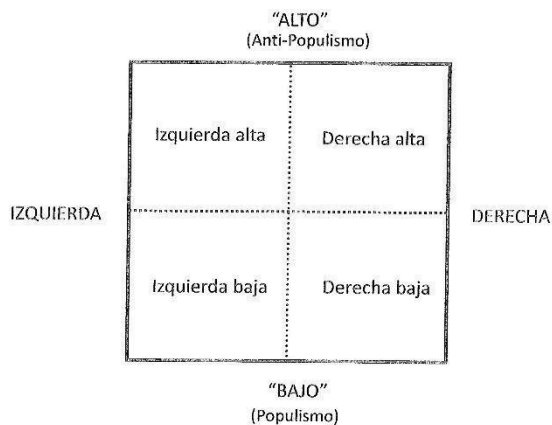


Figura 2. Topología del campo político argentino (I). Los posicionamientos de las fuerzas en competencia en las elecciones presidenciales de 2015 - Primera vuelta. Fuente: Elaboración propia.

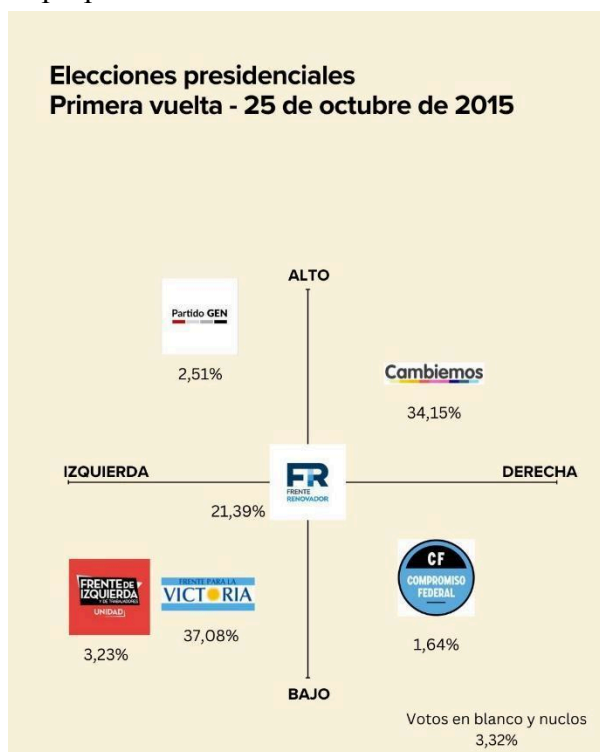


Figura 3. Topología del campo político argentino (I). El balotaje en las elecciones presidenciales de 2015. Fuente: Elaboración propia.



Figura 4. Topología del campo político argentino (II). Los posicionamientos de las fuerzas en competencia en las elecciones presidenciales de 2019. Emergencia de un área de vacancia interpelativa. Fuente: Elaboración propia.



Figura 5. Topología del campo político argentino (III). Los posicionamientos de las fuerzas en competencia en las elecciones presidenciales de 2023 - Primera vuelta. Elaboración propia.

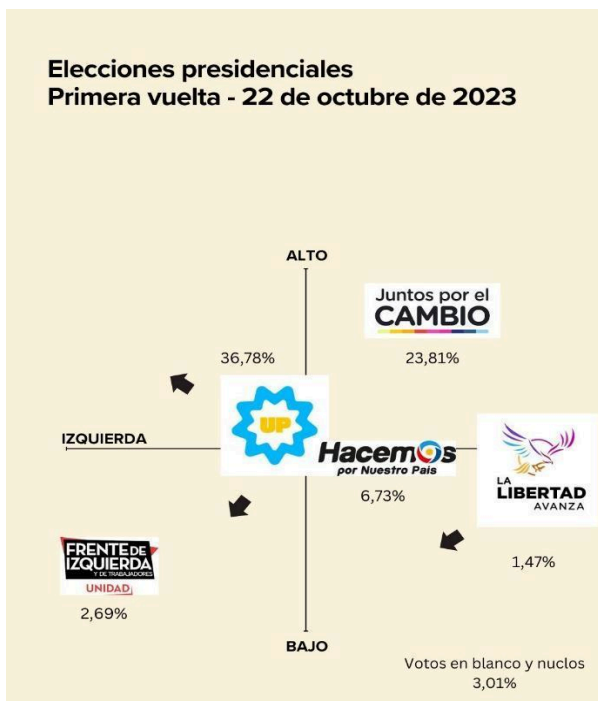


Figura 6. Topología del campo político argentino (III). El balotaje en las elecciones presidenciales de 2023. Fuente: Elaboración propia.

