Junio 2026

La grieta y el león

Cómo la polarización creó las condiciones de posibilidad de un nuevo tipo de liderazgo político en Argentina (2008-2023)

Tesis de Grado

Universidad Nacional de Rosario

Licenciatura en Ciencia Política

FCPOLIT

Facultad
de Ciencia Política
y Relaciones Internacionales

Autor
Alonso Francescutti Makovsky
alonso6370@gmail.com

Director
Dr. Juan Bautista Lucca

Agradecimientos

A mi familia, por el apoyo incondicional de tantos años y por no haberme permitido dudar de mí ni por un momento.

A mis amigos, por haber sido mi cable a tierra en todo momento.

A mi tutor, por su generosidad, su disponibilidad y buena predisposición en cada etapa de este trabajo.

A todos los lugares que fueron refugio y escritorio durante estos años: la biblioteca Álvarez, la biblioteca de la Fcpolit, la de Ciencias Económicas y la de Derecho. A la librería del Gato Eterno. A la Shell de Roldán, a la de Oroño, a la YPF de Funes, y a la de España y Rioja. A Beatlememo, The Coffee Store, la heladería Marbet de Rioja y Dorrego, y el bar Lab 497. Y a los que pusieron el mar de fondo: el bar Náutico y el bar Wendy de Villa Gesell. Cada uno de esos lugares tiene algo de esta tesis adentro.

1. Introducción **3**
1.1 Justificación 4
1.2 Relevancia 5
1.3 Pregunta de investigación 6
1.4 Objetivos 6
1. 5 Estructura de la investigación 7
2. Estado del Arte 8
2.1 Conceptualización de la Polarización Política 8
2.1.1 Polarización ideológica, afectiva y sus causas 10
2.2 La extrema derecha en el siglo XXI 13
2.2.1 ¿Cuáles son las causas del ascenso de la ultraderecha? 15
2.3 La polarización y el ascenso de la ultraderecha en argentina 18
2.3.1 Los orígenes de la grieta y el bicoalicionismo centrípeto 18
2.3.2 El ascenso al poder de la ultraderecha en Argentina 30
3. Marco teórico/metodológico **36**
3.1 Hipótesis 36
3.2 Marco teórico 36
3.3 Metodología 38
4. Estudio de caso **40**
4.1 Medios, polarización y el ecosistema comunicativo argentino 40
4.2 Las redes sociales, la grieta y el ascenso de Milei 42
4.2.1 Caso #Nisman 43
4.2.2 Caso #Maldonado 49
4.2.3 La emergencia de la ultraderecha en las redes sociales 57
4.2.3 Recapitulación 62
5. Conclusión **64**
5.1 Relevancia 66
5.2 Agenda futura 66
Bibliografía **69**

1. Introducción

En los primeros meses de 2020, la expansión global del COVID-19 alteró de manera abrupta la vida social, política y económica de la Argentina. Como en otros países, la irrupción de la pandemia fue percibida inicialmente como un acontecimiento excepcional que, frente a una amenaza externa y de carácter inédito, podía propiciar instancias de coordinación política y atenuar conflictos preexistentes en la sociedad y entre los partidos políticos. Sin embargo, esa expectativa de unidad resultó efímera. A medida que la emergencia sanitaria y las políticas de aislamiento se prolongaban en el tiempo, la esfera pública volvió a organizarse en torno a un creciente clima de crispación entre oficialismo y oposición.

Esta forma de organizar el conflicto político, caracterizada por altos niveles de hostilidad y desconfianza entre oficialismo y oposición, no surgió ex nihilo sino que inscribió en la polarización ya existente entre kirchnerismo y antikirchnerismo articulada en el año 2008 en torno al conflicto del campo. Durante la pandemia, esta polarización se intensificó y adquirió nuevas expresiones: las políticas sanitarias fueron interpretadas por amplios sectores opositores no como respuestas excepcionales a una crisis inédita, sino como evidencia de un proyecto autoritario, dando lugar a acusaciones de violaciones sistemáticas a las libertades individuales e incluso caracterizaciones extremas que presentaban la gestión gubernamental como una forma de “genocidio” por parte de sectores de la oposición.

En ese contexto de radicalización discursiva y deslegitimación mutua entre oficialismo y oposición tradicional, comenzó a emerger con fuerza una nueva derecha radical que encontró en las movilizaciones anticuarentena un espacio privilegiado de visibilidad. La figura de Javier Milei se consolidó entonces como el principal canalizador de ese malestar, articulando un discurso antisistema que no solo disputó electorado a la coalición opositora Juntos por el Cambio, sino que también influyó progresivamente en su retórica y posicionamientos, hasta culminar, en 2023, con un reordenamiento profundo del sistema político argentino y su llegada a la presidencia de la Nación.

El presente trabajo analiza la relación entre la polarización política y el ascenso de la ultraderecha al poder en la Argentina. Tomando como punto de partida el surgimiento en 2008 del fenómeno conocido como la “grieta” -entendida como un proceso de polarización afectiva e ideológica entre kirchnerismo y antikirchnerismo-, este trabajo sostiene la hipótesis de que la persistencia y profundización de dicho proceso generó ciertas condiciones que

facilitaron la emergencia y posterior consolidación electoral de una derecha radical antisistema. En particular, se sostiene que la constitución de un sistema de medios polarizado y el surgimiento y expansión de las redes sociales contribuyeron a construir una esfera pública cada vez más segmentada tanto a nivel cognitivo como a nivel emocional. Este último fenómeno creó condiciones que facilitaron el ascenso de figuras como la de Javier Milei en la política argentina.

En este sentido, se argumenta que la polarización no constituyó una causa necesaria ni mecánica del triunfo de la ultraderecha, pero sí una condición de posibilidad que, combinada con eventos críticos como la pandemia de COVID-19, contribuyó a erosionar a las fuerzas políticas tradicionales y a habilitar el ascenso de Javier Milei a la presidencia en 2023

El objetivo de esta introducción es, primero, justificar la relevancia teórica y empírica del tema; segundo, plantear con precisión el problema y la pregunta de investigación; tercero, establecer los objetivos generales y específicos que guiarán el análisis; y, por último, detallar la estructura de la tesis.

1.1 Justificación

Esta investigación se justifica por la necesidad de abordar un vacío en el conocimiento sobre la polarización política en Argentina y su relación con el ascenso de la ultraderecha, particularmente con la llegada de Javier Milei al poder. Hasta el momento, los estudios existentes han tratado la polarización principalmente como un contexto en el que han emergido fuerzas políticas de ultraderecha en Argentina, pero no han analizado en particular la relación causal entre polarización y ultraderecha. Por ejemplo, al analizar la llegada de Milei, la literatura suele enfocarse en los cambios ideológicos de la población, la inestabilidad macroeconómica presente en el país desde 2012, la popularización de las redes sociales y el activismo cibernético de grupos libertarios, entre otros, dejando de lado la posible relación entre la profundización de la grieta política y la radicalización de la derecha argentina y el triunfo de Milei. Del mismo modo, los estudios sobre la polarización en Argentina rara vez se centran en cómo este fenómeno puede favorecer la emergencia de fuerzas políticas que cuestionan los límites normativos de la democracia liberal. Este trabajo busca, entonces, llenar ese vacío, explorando de manera sistemática la interacción entre polarización política y ascenso de la ultraderecha, contribuyendo tanto al debate académico como a la comprensión de los desafíos que enfrenta la democracia argentina.

1.2 Relevancia

El estudio de la relación entre polarización y ascenso de la ultraderecha resulta relevante tanto en el plano científico como en el social.

En el plano académico, la polarización se inscribe en uno de los debates más relevantes de la ciencia política contemporánea: el lugar del conflicto en las democracias modernas. Existen distintas perspectivas sobre su impacto: mientras algunos autores sostienen que un cierto grado de polarización puede revitalizar la participación política y reintroducir *lo político* -en el sentido que le otorga Chantal Mouffe (2003), como el espacio legítimo del disenso y la confrontación de proyectos- en la democracia, otros advierten que en ciertos contextos la polarización erosiona los consensos básicos que permiten la convivencia democrática (McCoy, 2024). En este marco, la irrupción de liderazgos de ultraderecha en distintas democracias occidentales -desde Trump en Estados Unidos hasta Bolsonaro en Brasil- ha reabierto la discusión sobre los efectos de la polarización en la estabilidad institucional, la representación política y los procesos de erosión democrática. Estudiar el caso argentino permite aportar evidencia a este debate global en al menos dos dimensiones. Por un lado, permite observar cómo un contexto de polarización prolongada y arraigada, caracterizado por la desconfianza mutua entre bloques y la moralización del conflicto político, puede facilitar la emergencia de fuerzas que cuestionan los límites normativos de la democracia liberal y ponen en tensión la estabilidad del sistema de partidos. Por otro lado, el caso argentino ofrece un laboratorio particularmente fértil para entender cómo los medios de comunicación y las redes sociales interactúan en un ecosistema comunicativo híbrido que fragmenta la esfera pública, segregando a los votantes en comunidades informativas, ideológicas y afectivas que tienden a radicalizar a sus miembros. En un contexto donde estas dinámicas se replican con variantes en múltiples democracias, comprender su funcionamiento en el caso argentino contribuye a iluminar un fenómeno de alcance global.

Por otro lado, a nivel social abordar este fenómeno contribuye a reflexionar sobre las transformaciones recientes de la cultura política argentina. La consolidación de identidades políticas negativas, la expansión de una forma de procesar el conflicto antagónica donde los líderes políticos y sus partidarios son considerados como enemigos que deben ser excluidos de la competencia por el poder, y la normalización del lenguaje violento en la esfera pública no sólo afectan el debate político, sino también las relaciones cotidianas entre ciudadanos. Entender cómo la polarización incide en la legitimación de la intolerancia y en la

naturalización del desprecio hacia el "otro" es fundamental para evaluar los riesgos que enfrenta la democracia argentina y, al mismo tiempo, para pensar posibles vías de reconstrucción de una esfera pública más plural y deliberativa. Más específicamente, entender el rol que los medios de comunicación y las redes sociales han tenido en el proceso de polarización resulta indispensable para pensar cualquier intervención pública orientada a moderar sus efectos. Las decisiones de política comunicación -sobre propiedad de medios, regulación de plataformas digitales o diseño algorítmico- no pueden abstraerse de sus consecuencias sobre la fragmentación de la esfera pública y la intensificación de la polarización. En ese sentido, esta investigación no solo aspira a contribuir al debate académico sino también a proveer elementos de diagnóstico para quienes, desde el Estado o la sociedad civil, buscan construir condiciones institucionales para una democracia menos antagónica.

1.3 Pregunta de investigación

¿Qué relación existe entre el proceso de polarización política iniciado en 2008 y el ascenso electoral de la ultraderecha argentina liderada por Javier Milei en las elecciones presidenciales del 2023?

1.4 Objetivos

Objetivo general: Explicar cómo el proceso de polarización política iniciado en Argentina en 2008 generó las condiciones políticas y sociales de posibilidad para el ascenso de la ultraderecha representada por Javier Milei y La Libertad Avanza en el 2023.

Objetivos específicos:

- Describir la evolución del proceso de polarización política en Argentina desde el conflicto con el sector agropecuario en 2008 hasta las elecciones presidenciales de 2023, atendiendo a sus dimensiones -ideológica y afectiva- y a los distintos niveles en los que se desarrolla -es decir entre las élites políticas y el electorado-.
- Analizar el papel de los medios de comunicación y las redes sociales en la profundización de la polarización política en Argentina entre 2008 y 2023.

1. 5 Estructura de la investigación

El trabajo se organiza en cuatro apartados. En primer lugar, se presenta el estado del arte, donde se revisan los principales aportes teóricos y empíricos sobre polarización política y ultraderecha, tanto a nivel internacional como en el caso argentino. Este recorrido permite identificar los vacíos existentes en la literatura y situar la investigación dentro de los debates actuales sobre las transformaciones del sistema político argentino.

En segundo lugar, se desarrolla el marco teórico y metodológico, en el que se precisa el diseño de investigación, las fuentes de datos utilizadas, la estrategia de análisis, los conceptos que guiarán esta investigación y la teoría que sostiene a la hipótesis de este trabajo.

El tercer apartado corresponde al estudio de caso propiamente dicho, donde se reconstruye el rol de los medios de comunicación y las redes sociales en el proceso de polarización abierto con la crisis del campo del año 2008, y se analizan los mecanismos mediante los cuales dicho proceso generó las condiciones que favorecieron el ascenso de Javier Milei y La Libertad Avanza.

Finalmente, en las conclusiones, se sintetizan los principales hallazgos del trabajo, se retoma la pregunta de investigación y se discuten las implicancias del caso argentino para el estudio de la relación entre polarización y el avance de la ultraderecha en las democracias contemporáneas.

2. Estado del Arte

2.1 Conceptualización de la Polarización Política

En las últimas décadas ha cambiado significativamente la forma en que los politólogos entienden el fenómeno de la polarización política. Durante la segunda mitad del siglo XX, los análisis se centraban principalmente en la idea de la elasticidad espacial del sistema de partidos en su dimensión ideológica (Maravall, 1981). Desde esta perspectiva, un sistema político o una sociedad se consideraban polarizados cuando las posiciones ideológicas atribuidas a los partidos políticos o el autoposicionamiento ideológico de los votantes tendían a ubicarse en los extremos de la escala izquierda-derecha (Dalton, 2008; Sani y Sartori, 1980). Sartori (1976) llamaba a estos sistemas de partidos *pluralismo polarizado*. Algunos de los casos arquetípicos de estos tipos de sistema de partidos fueron el de la Alemania de Weimar (1919-1932), la Italia de posguerra, la Cuarta República Francesa, el Chile de la década de los 50' y 60', entre otros. Esta vieja forma de entender a la polarización política suele denominarse hoy en día *polarización ideológica*. Por lo tanto, la polarización ideológica consiste en el fenómeno en el cuál las diferencias ideológicas -entendidas en un eje izquierda-derecha- de los votantes, los partidos políticos, y las elites políticas de una sociedad dada, se agrandan, alejándose del centro (Sarsfield et al., 2024).

En esta definición entendemos a la ideología como conjunto de posiciones temáticas coherentes entre sí, un "sistema de creencias", es decir como un conjunto de opiniones y el grado en el que forman patrones con respecto a determinadas políticas públicas y/o temáticas específicas (Converse, 1964). Estos patrones usualmente toman la forma de una escala derecha-izquierda, progresista-conservador, intervencionista-anti intervencionista, entre las distintas temáticas analizadas en cuestión (Mason, 2016 y 2018). Esta concepción se diferencia de otra forma de entender la ideología, en la que esta no se basa en un conjunto de posturas sobre temas públicos, sino que se configura como una identidad social y política. Este tipo de ideología, conocida como *ideología simbólica* o *identity-based ideology*, se manifiesta en el apego afectivo de los individuos a determinadas etiquetas ideológicas -derecha/izquierda, progresista/conservador, peronista/radical, demócrata/republicano, kirchnerista/antikirchnerista-, así como a las personas y símbolos asociados a ellas (Mason, 2018).

Sin embargo, en los últimos tiempos se empezó a popularizar otra forma de entender al fenómeno de la polarización. A comienzos de la década del 2010, algunos politólogos americanos empezaron a notar que pese a una creciente polarización ideológica de las élites partidarias del partido demócrata y republicano, no era posible afirmar que el mismo proceso hubiera sucedido con las *policy preferences* del electorado (Fiorina et al., 2008; Levendusky, 2009). Es en este contexto en el que Iyengar et al. (2012) -inspirados en el caso estadounidense- acuñaron el concepto de polarización afectiva para describir el creciente desagrado y hostilidad que se puede observar entre grupos partidarios políticos en algunas sociedades modernas, diferenciándolo de la mera divergencia de creencias y opiniones. De esta manera, las primeras definiciones de polarización afectiva establecieron que esta consistía en la existencia de altos niveles de hostilidad, desconfianza y rechazo mutuo entre votantes y políticos de distintos partidos políticos (Iyengar et. al 2012; Iyengar y Westwood 2015; Mason 2015, Abramowitz y Webster 2016). En países con sistemas multipartidistas estructurados social y programáticamente como los europeos, y en países como los latinoamericanos con sistemas de partidos menos institucionalizados y con identidades partidarias más débiles, lo que se produce es un agrupamiento en torno a coaliciones o bloques partidarios, y a identidades políticas -sean positivas o negativas- que suelen exceder a las estructuras partidarias tradicionales (Comellas y Torcal, 2023; Rojo-Martínez y Crespo-Martínez 2023).

Es importante no confundir el concepto de polarización afectiva con el del mero rechazo generalizado hacia los políticos y partidos establecidos. Como afirman Rojo-Martínez y Crespo-Martínez (2023):

> Para que podamos hablar realmente de polarización afectiva es necesario que los niveles de afecto hacia los grupos políticos no sean iguales (de buenos, de neutros o de malos). Necesitamos separar manifestaciones de desagrado general hacia todos los grupos de una situación de polarización afectiva que implica un apego evidente a un grupo al mismo tiempo que se expresa un desagrado manifiesto hacia el resto (p. 28).

Las definiciones de polarización política pueden ser agrupadas en dos dimensiones analíticas: Por su naturaleza -polarización ideológica versus polarización afectiva- y por el nivel de análisis en el cuál esa polarización sucede -entre las élites versus entre el electorado- (Sarsfield et al., 2024).

2.1.1 Polarización ideológica, afectiva y sus causas

Si bien es común establecer relaciones entre ambos fenómenos, la polarización ideológica y afectiva no son mutuamente necesarias. Pueden existir independientemente la una de la otra. De hecho, existen países en los que se perciben grandes niveles de polarización afectiva sin que existan grandes diferencias ideológicas de por medio entre los votantes y los políticos de distintos partidos.

Los primeros estudios que intentaron explicar la relación entre polarización afectiva e ideológica tuvieron lugar en Estados Unidos en la década del 2010. Un grupo de investigadores sostuvo que el desacuerdo ideológico, derivado del proceso de homogeneización ideológica de los partidos Demócrata y Republicano iniciado en la década de 1960, constituía la principal causa del aumento de la polarización afectiva entre los votantes (Bougher, 2017; Rogowski & Sutherland, 2016; Webster & Abramowitz, 2017). Según esta perspectiva, a medida que los partidos se fueron diferenciando más claramente en términos programáticos, los ciudadanos comenzaron a percibir que había mucho en juego si ganaba el partido contrario a sus valores e intereses, lo que habría generado un aumento progresivo del rechazo hacia los votantes y líderes del partido opositor. En sus investigaciones Rogowski y Sutherland (2016) encontraron que los votantes desarrollan evaluaciones más afectivamente polarizadas de los políticos cuando estos difieren en sus posiciones políticas claramente el uno del otro. Por otro lado, Webster y Abramowitz (2017) y Bougher (2017) en sus estudios descubrieron que los ciudadanos con posiciones ideológicas consistentes con las del partido político que votaban tendían a estar más polarizados afectivamente que los que mostraban mayor inconsistencia ideológica. De igual manera, Webster y Abramowitz (2017) encontraron que los candidatos ideológicamente más extremos generaban mayor rechazo en el electorado que los candidatos ideológicamente moderados.

Otros autores, sin embargo, sostienen una perspectiva distinta. Para ellos, las identidades políticas constituyen el verdadero motor de los altos niveles de polarización afectiva observados en la ciudadanía (Iyengar et al., 2012; Iyengar & Westwood, 2015; Mason, 2015, 2016). En esta línea, se argumenta que es precisamente el fortalecimiento de estas identidades lo que habría producido -o al menos facilitado- una mayor polarización ideológica entre los votantes. Esta corriente se apoya en la teoría de la identidad social desarrollada por Tajfel y Turner (1979), originada en el campo de la psicología del conflicto intergrupal, la cual ha sido aplicada para repensar el concepto de identidad partidaria,

alejándose de la interpretación clásica de la ciencia política. Mientras la visión tradicional, representada por autores como Lipset y Rokkan (1967), entendía a los partidos como expresiones institucionales en el sistema político de clivajes sociales estructurales, esta nueva mirada conceptualiza la identificación partidaria como una forma más de identidad social. Desde esta perspectiva, las identidades sociales influyen en la manera en que las personas perciben y se relacionan con los demás, generando sesgos cognitivos que favorecen a los miembros del propio grupo (in-group) y desconfianza o rechazo hacia quienes pertenecen a grupos externos (out-group). Así, la identidad político-partidaria funciona de modo similar a otras identidades sociales, produciendo dinámicas de favoritismo endogrupal y hostilidad exogrupal. Como consecuencia, se plantea que la ideología política del electorado puede ser, en parte, endógena a la afiliación partidaria y a la polarización afectiva, ya que los individuos tienden a adoptar las actitudes, creencias y posturas prototípicas del grupo con el que se identifican, mientras que rechazan las del grupo contrario (Cohen, 2003).

Sin embargo, si las identidades partidarias existen hace décadas, ¿por qué entonces estas han comenzado a generar altos niveles de polarización afectiva entre el electorado? Diversos enfoques ofrecen explicaciones al respecto.

Por un lado, Mason (2015; 2018) ha popularizado la idea de que la homogeneización socio-cultural de los electorados partidarios -en el caso estadounidense, del Partido Demócrata y el Partido Republicano- ha facilitado la consolidación de una lógica identitaria en la política. A medida que el Partido Demócrata se fue convirtiendo progresivamente en el partido de las minorías raciales y de género, de los sectores urbanos y de los no religiosos, y el Partido Republicano en el partido de los blancos, los religiosos -especialmente los evangélicos- y del mundo rural, los simpatizantes de cada uno comenzaron a interactuar cada vez menos con los votantes del otro partido en su vida cotidiana. Cuando los partidos no comparten -o comparten en muy escasa medida- identidades sociales, las oportunidades de encontrarse con votantes del otro partido disminuyen considerablemente. La hostilidad hacia quienes apoyan al partido contrario se intensifica cuando múltiples identidades sociales -como la raza, la clase, la religión o la etnicidad- se agrupan en torno a una misma filiación partidaria. Cuando nuestras identidades políticas pasan a condensar la mayoría -o la totalidad- de nuestras identidades sociales, estas se transforman en lo que Mason (2016) denomina *mega identidades políticas*. En este contexto, el desacuerdo político ya no se percibe simplemente como una diferencia de opiniones, sino como una confrontación existencial en

la que los simpatizantes y/o líderes del otro partido o coalición partidaria son vistos como poco confiables y peligrosos.

Por el otro, tenemos el enfoque comunicacional que sostiene hipótesis centradas en el consumo de medios de comunicación, las formas de representación del conflicto político adoptadas por los medios y el uso de las redes sociales como canales de información política. La transformación del sistema mediático, marcada por la fragmentación de la oferta informativa, la espectacularización del debate político y el protagonismo de los programas de opinión con panelistas de perfil marcadamente militante, ha debilitado la neutralidad ideológica y política de los medios. Los estudios experimentales que se han llevado a cabo en los últimos años en Estados Unidos muestran una relación causal entre el consumo de medios de comunicación más parciales y abiertamente comprometidos con un bando político y mayores niveles de polarización política -tanto ideológica como afectiva- entre los espectadores (Iyengar et al., 2019; Kubin y Von Sikorski, 2021). Por otro lado, en el nuevo ecosistema informativo online dominado por las redes sociales, los patrones de consumo y de interacción se ven crecientemente moldeados por la lógica de las *cámaras de eco* (eco chambers) y las *burbujas de filtro* (filter bubbles). Estos entornos favorecen la exposición selectiva a contenidos afines, refuerzan las creencias preexistentes y reducen el contacto con perspectivas disonantes. Este ecosistema no solo refuerza la identificación grupal sino que además influye, al igual que los medios tradicionales, en la distorsión de las percepciones sobre las posiciones políticas de los simpatizantes del bando político contrario (Zuazo y Aruguete, 2021). Esto favorece la construcción de percepciones exageradas o caricaturescas de los votantes del partido o coalición opuesta, quienes son vistos como más extremistas, autoritarios o amenazantes de lo que realmente son.

Finalmente, otra serie de argumentos han puesto énfasis en el rol de las elites políticas para exacerbar o provocar un clima de crispación y desconfianza entre la ciudadanía y los políticos. A partir del uso de una retórica polarizante y demonizante de sus adversarios, los políticos activan distintos clivajes sociales latentes en la sociedad con el objetivo de llegar o mantenerse en el poder (McCoy et al., 2018). El surgimiento de partidos y/o líderes populistas que se posicionan en contra de los sistemas de partido tradicionales -tanto en Europa como en América del Norte y América Latina- ha contribuido a la polarización de las sociedades, especialmente en contextos donde los sistemas de partidos con lógicas centrípetas atraviesan crisis de representación (Roberts, 2013). Esta polarización se manifiesta no solo en el plano ideológico, sino, de manera aún más marcada, en el plano afectivo. Vinculado a esto,

el surgimiento de las llamadas “campañas permanentes”, un concepto acuñado hace décadas pero que hoy define la dinámica política contemporánea, ha exacerbado la división y la crispación política (Rojo-Martínez y Crespo-Martínez, 2023). La necesidad constante de los gobiernos de mantener una tensión política latente para conservar el apoyo que les llevó al poder choca con el objetivo opuesto de la oposición: captar atención y erosionar la mayoría gobernante. Esta dinámica perpetúa un modelo comunicativo propio de campañas electorales, incluso en periodos no electorales, donde las élites políticas nunca abandonan esa retórica confrontacional. Este clima electoral perpetuo erosiona los espacios de consenso, dificulta la despolarización tras los comicios y privilegia discursos identitarios que apelan a las emociones más que a llevar a cabo un programa en concreto. Esta transformación en la comunicación política no solo refleja la polarización, sino que también la alimenta: las élites, al priorizar la movilización emocional sobre el debate sustancial, contribuyen a que el electorado internalice esta dinámica como la norma.

2.2 La extrema derecha en el siglo XXI

En las últimas décadas se han realizado muchas investigaciones con respecto al crecimiento y la consolidación de los partidos y/o movimientos de extrema/ultra derecha. Los debates académicos sobre este fenómeno han girado alrededor de dos grandes cuestiones: La definición misma de este fenómeno, y las causas que lo explican.

El politólogo neerlandés Cass Mudde (2019) ha producido una de las conceptualizaciones más populares para referirse al fenómeno identificado en el ascenso de figuras como Trump, Milei, Bolsonaro, Orbán o Le Pen. Este ha acuñado el término paraguas *ultraderecha* para referirse tanto a lo que él denomina *derecha radical*, como a la *extrema derecha*. Lo que une a estas dos derechas es su oposición a elementos centrales de la democracia liberal. Sin embargo, mientras que la derecha radical cuestiona fundamentalmente el carácter liberal de la democracia -es decir los derechos de las minorías, la separación de poderes y la libertad de prensa y expresión-, la extrema derecha no es sólo antiliberal sino además antidemocrática, ya que rechaza la soberanía popular, siendo los casos más paradigmáticos a nivel histórico la Italia de Mussolini y la Alemania de Hitler en el período de entreguerras.

Esta distinción si bien es clara en el plano teórico, a la hora del análisis empírico se vuelve compleja ya que muchos actores de extrema derecha pretenden ser de derecha radical

-ya sea para evadir la represión legal o como una estrategia para llegar al poder- y a su vez los actores de derecha radical con el paso del tiempo se han ido volviendo más autoritarios, como cuando Donald Trump y Jair Bolsonaro no reconocieron sus derrotas en las elecciones presidenciales del año 2020 y 2022 e intentaron llevar a cabo un golpe de estado en Estados Unidos y Brasil respectivamente (Mudde, 2024).

Lo que fundamentalmente diferencia a las derechas mainstreams o tradicionales de las ultraderechas es su compromiso con las instituciones y valores de la democracia liberal. No obstante, las fronteras entre ambas derechas se han vuelto más porosas en las últimas décadas (Mudde, 2024). La ultraderecha a partir de la década del 2000' ha comenzado a integrarse a los sistemas políticos tanto en América Latina y Asia, como en las democracias de Occidente. Muchos de estos partidos y políticos de ultraderecha -en especial los pertenecientes a la derecha radical- han llegado al poder ya sea en coalición con la derecha tradicional o en solitario, como sucedió en la mayoría de los países de la Unión Europea, Argentina, Brasil, Estados Unidos, India, o Israel. El ascenso de la ultraderecha ha generado incentivos para que la derecha mainstream adopte los marcos de encuadre y las posiciones de la derecha radical. Esto, a su vez, ha impulsado a la derecha radical a radicalizarse aún más en ciertas ocasiones. Por otra parte, la derecha radical con el objetivo de poder integrarse y normalizar su presencia en el sistema político ha abandonado algunas de sus posturas más extremas con respecto a los derechos reproductivos de las mujeres, de la comunidad LGBT, a la inmigración, y a la Unión Europea en el caso de las derechas radicales de Europa Occidental.

Esta dinámica política ha tendido a acercar posiciones entre la ultraderecha -en especial la derecha radical- y la derecha tradicional. Además, en muchos países con sistemas presidencialistas o parlamentarios mayoritarios, la derecha radical ha logrado -o está cerca de lograr- superar en votos a los partidos de la derecha tradicional o bien ha logrado tomar el control de partidos que históricamente pertenecían a la derecha tradicional, como lo que sucedió con el Partido Republicano de Estados Unidos con la llegada de Donald Trump al poder en el año 2016.

En definitiva, la ultraderecha es un término que engloba una gran heterogeneidad de partidos y movimientos que poseen diferencias ideológicas y organizativas entre sí. Como afirma Mudde (2024):

> Si nos enfocamos sólo en la política electoral, veremos que hay políticos de ultraderecha que se postulan como candidatos de partidos ajenos a esta (como Bolsonaro), de

> partidos nominales que terminan siendo la plataforma electoral personalista de líderes de ultraderecha (por ejemplo, el Partij voor de Vrijheid de Geert Wilders en Países Bajos o el Partido Republicano de Kast en Chile) y de partidos políticos ya constituidos con miles, cuando no millones de miembros (como el partido de Bharatiya Janata en la India) […] mientras que algunos partidos son relativamente nuevos (Chegal en Portugal), otros han existido durante décadas (Freiheitliche Partei Österreich en Austria y Likud en Israel) (p. 23).

2.2.1 ¿Cuáles son las causas del ascenso de la ultraderecha?

El creciente apoyo electoral a partidos y candidatos de ultraderecha es, al igual que muchos fenómenos en las ciencias sociales, resultado de múltiples causas. En primer lugar, como señala Steven Forti (2024):

> Una de las causas que explican el voto a las extremas derechas en todo Occidente, es, efectivamente, el aumento de las desigualdades sociales y económicas, así como el debilitamiento del Estado de Bienestar, el achicamiento de la clase media y la ruptura del ascenso social, que habría empujado a una parte del electorado a escoger la papeleta de partidos que critican al orden existente (p. 874).

El aumento de las desigualdades económicas y sociales a nivel global desde la década de 1970 se ha expresado de diversas maneras. Entre ellas, se destacan el desacople entre el crecimiento de la productividad y el estancamiento de los salarios, la creciente brecha entre las remuneraciones ejecutivas y las del resto de los trabajadores, el incremento de las desigualdades entre países, la expansión del empleo precario y la pérdida de empleos industriales bien remunerados (Forti, 2024). Esta última ha implicado también la erosión de formas de vida asociadas a trayectorias laborales estables, con sentido de carrera profesional y una identidad ocupacional definida, reemplazadas por ocupaciones caracterizadas por la inestabilidad, la falta de derechos laborales y la escasa protección social. La importancia del aumento de la desigualdad no solo se observa en términos absolutos, sino también en la forma en la que se manifiestan y relacionan entre sí estas desigualdades[1]. Una consecuencia de este aumento y transformación de la desigualdad es la proliferación de políticas sociales

[1] Dubet (2020) ha popularizado el concepto de *régimen de desigualdades múltiples* para describir a estos nuevos tipos de desigualdades que se manifiestan desde las últimas décadas del siglo XX entre la población. Mientras que anteriormente, en el régimen de clases, las desigualdades afectaban de forma relativamente igual a toda la población -tener un bajo nivel educativo estaba asociado a menores niveles de ingreso, y menores niveles de ingreso a menor acceso a la vivienda o a la salud por ejemplo-, las desigualdades ahora acentúan la heterogeneidad social. Conforme al criterio de desigualdad escogido, el mismo individuo o grupo puede estar ubicado más arriba o más abajo en términos de estatus. Las posiciones en las diversas escalas de desigualdades -ingresos, niveles educativos, género, raza, modos de vida, etc…- ya no coinciden necesariamente las unas con las otras como en el régimen de clases. Salvo en los extremos de la pirámide social -donde los niveles de ingresos aún están muy relacionados a cierto nivel educativo, género, raza, y/o profesión- las personas cada vez más experimentan la paradoja de estar en una posición de privilegio en algunos casos y de desventaja en otros dependiente del criterio de desigualdad que se tengan en cuenta.

focalizadas, en detrimento de políticas de carácter universal, orientadas a atender desigualdades que afectan de manera específica a determinados grupos sociales -como las que atraviesan a los barrios populares, las personas migrantes, la comunidad LGBT o las mujeres-. Este giro ha contribuido a la generación de resentimiento entre sectores de la población que no reciben apoyo directo del Estado, quienes perciben a los beneficiarios de estas políticas como moralmente no merecedores de dicha asistencia.

Además, autores como Rodrik (2017) han puesto el foco en la globalización económica como uno de los drivers del ascenso de la ultraderecha. Para Rodrik el surgimiento de líderes populistas -tanto de izquierda como de derecha- es una consecuencia de la globalización. Es importante destacar que tanto el populismo de derecha (ejemplificado por Trump en Estados Unidos) como el populismo de izquierda (ejemplificado por Hugo Chávez en Venezuela) surgen de la oposición a la globalización, a pesar de estar basados en motivaciones opuestas. Mientras que en el Norte Global la globalización suele manifestarse como un aumento de la migración, en el Sur Global la globalización se traduce frecuentemente en un incremento de la inversión extranjera directa (IED). Por lo tanto, mientras que en el Norte Global la reacción contra la globalización a menudo lleva al surgimiento de partidos populistas de derecha radical que se oponen a la inmigración, en el Sur Global puede dar lugar al desarrollo de movimientos populistas de izquierda que se movilizan contra el capitalismo. En ambos casos, sin embargo, Rodrik sostiene que los orígenes del populismo, y en especial del de derecha, no radican en la xenofobia ni en el aumento de la migración, sino en las consecuencias económicas de la globalización en sí misma.

En segundo lugar, la otra causa que explica el auge de la ultraderecha es lo que se conoce como el *cultural backlash*, es decir una reacción cultural de tipo autoritario y conservadora ante el rápido cambio generacional de valores que han atravesado muchas sociedades en Occidente en las últimas décadas. El avance de reivindicaciones y valores postmaterialistas -que ha llevado a la expansión de derechos civiles, reproductivos, ambientales, culturales, entre otros- habría conllevado una reacción por ciertos sectores de la población, en especial los votantes más viejos, las mayorías étnicas, y los menos educados, que ven amenazado su estatus, sus privilegios y hasta su identidad como consecuencia de estos avances (Forti, 2024). Esto explicaría porque muchos de estos votantes se inclinan por partidos y/o líderes

que critican la inmigración, la llamada *corrección política,* ciertos derechos de la comunidad LGBT, y al movimiento feminista[2].

La tercera causa del crecimiento electoral de los partidos y candidatos de ultraderecha se debe a la crisis que atraviesan las democracias liberales hace décadas. Las principales instituciones de la democracia -el poder legislativo, el judicial, los sindicatos, los empresarios, la iglesia, los medios de comunicación y en especial los partidos políticos- padecen de altos niveles de desaprobación en buena parte de las democracias del mundo (Vaca, 2023; DW, 2021; El Mostrador, 2024). La crisis de los partidos políticos está íntimamente vinculada a las transformaciones del vínculo representativo que las democracias vienen experimentando desde finales del siglo XX (Manin, 1992), lo que ha llevado al colapso de varios sistemas de partidos en las últimas décadas y ha facilitado el crecimiento y la llegada al poder de partidos y líderes de ultraderecha[3].

La crisis de los partidos políticos es un problema grave, ya que históricamente los partidos canalizaban las demandas y reivindicaciones de los ciudadanos, funcionando como válvulas de escape o correas de transmisión entre la sociedad y las instituciones. Sin embargo, los nuevos partidos no logran canalizar esas demandas ni neutralizar el avance de la ultraderecha. La falta de coherencia ideológica y la colusión entre partidos contribuyen a su

[2] Aunque algunos podrían considerar artificial trazar una distinción analítica entre las teorías que explican el ascenso de la ultraderecha a partir del aumento de las desigualdades económicas y aquellas que lo hacen desde la perspectiva del *cultural backlash*, Inglehart y Norris (2016) sostienen que la evidencia empírica respalda con mayor fuerza esta última. Según los autores, en Europa Occidental existe una fuerte correlación entre el voto a partidos de ultraderecha -o, en sus términos, *populistas autoritarios*- y ciertas características socioculturales: ser mayor, tener un bajo nivel educativo, residir en áreas rurales y pertenecer a la mayoría étnica. En cambio, los resultados respecto a factores económicos son más ambiguos. Si bien es cierto que estos partidos tienden a captar más apoyo entre quienes atraviesan dificultades económicas, también se observa una correlación negativa entre recibir asistencia social y votar por la ultraderecha. En términos ocupacionales, además, la ultraderecha encuentra su mayor respaldo entre propietarios de pequeños negocios y trabajadores autónomos, más que entre los obreros manuales. Este dato cuestiona la hipótesis de que la motivación principal de estos votantes sea la privación económica o la exclusión social (Inglehart y Norris, 2016).

[3] Como señala Manin (1992) el pasaje de una *democracia de masas* a una *democracia de audiencia* implicó que la mediación entre representantes y representados dejara de estar centrada en las organizaciones partidarias y sus militantes, siendo progresivamente reemplazada por los medios de comunicación -televisión y radio primero, y redes sociales más recientemente-. Por otra parte, a diferencia de la etapa de la democracia de masas en las que un clivaje social, económico o cultural predominante imponía fuertes restricciones a la competencia política, en muchas sociedades contemporáneas ningún clivaje resulta a priori dominante. En este contexto, la iniciativa respecto de qué temas, identidades o conflictos articular pertenece crecientemente a los propios líderes políticos, lo que amplía su autonomía frente a los grupos de interés, movimientos sociales y estructuras partidarias tradicionales. De esta forma, aún cuando las características sociales, económicas y culturales del electorado permanezcan relativamente estables, los votantes tienden crecientemente a elegir personas antes que partidos o programas.

deslegitimación. No sorprende, entonces, que una parte de la población opte por partidos que prometen "reventar todo" (Forti, 2024)[4].

2.3 La polarización y el ascenso de la ultraderecha en argentina

En este apartado nos proponemos reconstruir el debate académico existente sobre la polarización política en Argentina y su vínculo con el ascenso de Javier Milei. Para ello, organizamos la revisión bibliográfica en dos grandes bloques. En primer lugar, analizamos las interpretaciones sobre el surgimiento y la evolución de la "grieta", distinguiendo entre su etapa inicial -marcada por bajos niveles de polarización ideológica, fragmentación antikirchnerista, y luego un bicoalicionalismo de carácter centrípeto- y la fase posterior, caracterizada por un rápido aumento de la polarización ideológica entre el electorado y las élites políticas que erosionó los espacios de moderación y reordenó el sistema de competencia partidaria. En segundo lugar, abordamos los trabajos que examinan las transformaciones políticas, sociales y electorales que habilitaron el crecimiento de la ultraderecha y, en particular, el triunfo de Milei en 2023.

2.3.1 Los orígenes de la grieta y el bicoalicionismo centrípeto

Diversos estudios coinciden en señalar que la política argentina experimentó, a partir del conflicto entre el gobierno nacional -liderado por la presidenta Cristina Kirchner- y el sector agropecuario en 2008, un proceso de creciente polarización que estructuró la vida política en torno a dos grandes bloques: el kirchnerismo y el antikirchnerismo. Este enfrentamiento marcó un punto de inflexión en la dinámica política y social del país, dando origen a una división persistente que atravesó los sucesivos gobiernos. A partir de entonces, la llamada "*grieta*"[5] se consolidó como una característica central del sistema político argentino,

[4] Este proceso puede ser interpretado a la luz del concepto de *posdemocracia*, desarrollado por Colin Crouch (2004). Según el autor, en muchas democracias contemporáneas las elecciones y los procedimientos formales persisten, pero el contenido sustantivo de la competencia política se vacía. El debate público se transforma en un espectáculo mediático gestionado por equipos profesionales de comunicación, mientras que las decisiones centrales se adoptan mediante formas de colaboración -o colusión- entre gobiernos y élites económicas. En este contexto, los partidos tienden a converger programáticamente y a perder su capacidad de canalizar demandas sociales, lo que refuerza la percepción ciudadana de que "todos los partidos son iguales" y el desencanto hacia los partidos y políticos en general. En sociedades que se aproximan a un escenario posdemocrático, la promesa de "reventar todo" adquiere plausibilidad precisamente porque el sistema político es percibido como cerrado, autorreferencial y poco permeable a las demandas ciudadanas, lo que ha favorecido electoralmente a fuerzas políticas de ultraderecha..

[5] La expresión "la grieta" fue acuñada por el periodista Jorge Lanata en la entrega de los premios Martín Fierro en el año 2013. Esta expresión hacía referencia a las crecientes diferencias irreconciliables entre los partidarios del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y sus opositores.

expresándose tanto en el discurso de las élites como en las actitudes y percepciones del electorado.

El conflicto por la Resolución 125, impulsada por el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner en marzo de 2008, es señalado por la mayoría de los analistas como el punto de inflexión que dio origen a la "grieta" contemporánea (Kitzberger, 2011; Obradovich, 2021). La medida, que establecía un esquema móvil de retenciones a las exportaciones agrícolas, generó un enfrentamiento prolongado entre el Ejecutivo y las entidades agropecuarias nucleadas en la "Mesa de Enlace", acompañado por más de cinco mil cortes de rutas y movilizaciones en todo el país (Obradovich, 2021). Con el correr de los meses, el conflicto trascendió las fronteras del sector agrario y se transformó en una disputa política y cultural más amplia, en la que los medios de comunicación desempeñaron un papel central en la amplificación de la confrontación y en la construcción de identidades políticas opuestas (Kitzberger, 2011).

La esfera pública fue adquiriendo un tono cada vez más crispado, mientras la moralización de la política y el cuestionamiento de las credenciales democráticas de los adversarios se normalizaban progresivamente entre las élites políticas del país (Souroujon, 2024). Este proceso no concluyó con la derrota en el Senado del proyecto oficialista de aumento a las retenciones a las exportaciones, sino que terminaría caracterizando y atravesando toda la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner y las que la sucedieron, dando inicio a un proceso de consolidación de altos niveles de polarización afectiva entre las élites políticas del país.

Si bien tras el conflicto con el sector agropecuario el gobierno experimentó un aislamiento político y una caída en su popularidad, a partir de 2010 -con la recuperación económica y la implementación de un conjunto de políticas públicas de carácter progresista- el kirchnerismo logró reconstruir su base de apoyo en torno a una identidad política más definida. En este período, como señalan Gervasoni y De Leo (2025)[6], la polarización afectiva comenzó a trasladarse del plano de las élites al del electorado, y los sentimientos positivos o negativos

[6] El Índice de Confianza en el Gobierno (UTDT) mide percepciones ciudadanas sobre la gestión gubernamental y no constituye, en sí mismo, un indicador de polarización. Sin embargo, el análisis de la dispersión estándar de dicho índice permite aproximarse a las dinámicas de polarización afectiva: un mayor grado de dispersión refleja la coexistencia de valoraciones muy positivas y muy negativas hacia el mismo partido gobernante, lo cual puede interpretarse como una expresión indirecta de clivajes afectivos entre oficialismo y oposición.

hacia el kirchnerismo se convirtieron en uno de los principales ejes organizadores de la competencia política.

Sin embargo, y pese a los crecientes niveles de polarización afectiva entre el electorado y las élites políticas del país, Argentina no era todavía un país ideológicamente polarizado. Por un lado, la competencia entre las élites políticas y sus partidos, siguiendo una tradición histórica en Argentina y en buena parte de América Latina, no se organizaba en torno a un clivaje izquierda–derecha claramente definido. Por el contrario, los partidos presentaban altos niveles de heterogeneidad ideológica y tendían a ubicarse cerca del centro del espectro político (Alcántara, 2004; Tagina, 2014). Por el otro, el electorado argentino continuaba mostrando niveles relativamente bajos de polarización ideológica en comparación con otros países de la región (Moncagatta y Silva, 2024).

Durante los primeros ocho años de los gobiernos kirchneristas (2003–2011), la oposición política se mantuvo fragmentada y sin una estrategia común. Aunque logró cierta coordinación legislativa -como la experiencia del denominado *Grupo A*, surgido tras las elecciones de medio término de 2009 e integrado por la UCR, la Coalición Cívica, el PRO, el socialismo y sectores del peronismo disidente-, la falta de cohesión programática y de liderazgo compartido impidió que se consolidara como alternativa política. En consecuencia, la oposición llegó a las elecciones presidenciales de 2011 dividida y sin una narrativa común frente al gobierno de Cristina Kirchner lo que facilitó la reelección de esta última.

A partir de 2012 comenzó un proceso de reordenamiento opositor impulsado por el estancamiento económico, varios escándalos de corrupción vinculados al gobierno, y crecientes tensiones sociales. Las masivas movilizaciones ciudadanas de 2012 y 2013 -como el 8N y el 18A- marcaron un punto de inflexión: por primera vez desde el conflicto con el campo en 2008, la oposición social y política al kirchnerismo ocupó las calles. Estas manifestaciones, dominadas por sectores medios urbanos opositores al gobierno, contenían una amplia variedad de demandas -desde reclamos por la inseguridad y críticas al cepo cambiario hasta denuncias por corrupción- que convergían en el rechazo al “estilo político” del oficialismo y al intento de reforma constitucional impulsado por el Poder Ejecutivo (Gold, 2017). Este ciclo de protestas sirvió como catalizador para la reorganización de las fuerzas opositoras que comenzaron a coordinarse en torno a una narrativa compartida de “defensa de la república” frente al avance del kirchnerismo. Desembocó en la conformación de dos coaliciones con peso nacional en las legislativas de 2013: el Frente Amplio UNEN y el

Frente Renovador. Aunque ambas mostraron límites en su cohesión y proyección, representaron un paso decisivo en la reconstrucción de una oposición competitiva que prepararía el terreno para el surgimiento de Cambiemos.

Las elecciones legislativas de 2013 reflejaron este proceso de recomposición: surgieron dos grandes coaliciones opositoras -el Frente Amplio UNEN (FAUNEN), conformado por la UCR, la Coalición Cívica, el GEN y el socialismo, y el Frente Renovador (FR), liderado por Sergio Massa- que lograron capitalizar parte del descontento social. Mientras el FAUNEN se presentó como una opción de centroizquierda con un perfil ético-institucional, el Frente Renovador se posicionó como una alternativa centrista con fuerte anclaje territorial en la provincia de Buenos Aires.

Sin embargo, sería el partido Propuesta Republicana (PRO), bajo el liderazgo de Mauricio Macri, el que emergería como el actor con mayor capacidad para articular una alternativa opositora competitiva. Nacido a comienzos de los años 2000 como una fuerza de derecha con vocación de poder en un contexto de crisis del sistema de partidos, el PRO se diferenció de otras experiencias partidarias de derecha en que se estructuró desde su origen como un "partido de poder", orientado a disputar el Ejecutivo antes que a acumular bancas en el Congreso (Gibson, 1996). El partido se organizó bajo el férreo liderazgo de Macri, quien concentraba el control sobre la estrategia electoral, la selección de candidatos y la comunicación partidaria (Gené y Vommaro, 2023b)[7].

La debilidad territorial del PRO fuera del Área Metropolitana y la necesidad de proyectarse nacionalmente llevaron al partido a sellar una alianza con la Unión Cívica Radical (UCR) y la Coalición Cívica (CC). Para la UCR y la CC, el acuerdo ofrecía la posibilidad de recuperar relevancia política y evitar la fuga de su electorado hacia el PRO (Gené y Vommaro, 2023b). Así nació la coalición *Cambiemos*, que unificó al antikirchnerismo bajo el liderazgo de Mauricio Macri.

[7] El PRO logró superar el desafío típico de los partidos de derecha en América Latina -es decir, quedar confinados al apoyo de las élites sociales y económicas- mediante tres estrategias complementarias. En primer lugar, desarrolló una innovación programática que le permitió ampliar su base electoral, moderando su perfil ideológico y apropiándose de temas de alta legitimidad pública -como el ecologismo- y en especial una nueva forma de hacer política y gestionar lo público: Cercana, eficiente, transparente y honesta (Vommaro y Morresi, 2014). En segundo lugar, consolidó un proceso de enraizamiento organizativo entre las élites sociales y económicas de Argentina -núcleo duro de apoyo-, a través de redes y think tanks como la Fundación Pensar, el Grupo G25 o la Juventud PRO, que actuaban como espacios de socialización política y de reclutamiento selectivo (Gené y Vommaro, 2023a; Vommaro, 2025). Finalmente, en un contexto de creciente tensión entre el empresariado y el kirchnerismo, el PRO articuló una narrativa épica que movilizó a su núcleo duro en torno al temor de una supuesta "venezuelización" del país, lo que dio al partido un tono moral y una identidad cohesionada frente al oficialismo (Vommaro, 2025).

La campaña presidencial de Mauricio Macri, en especial luego de las P.A.S.O que consolidaron a Cambiemos como la principal oposición al kirchnerismo, se caracterizó por un discurso con baja carga ideológica y un tono conciliador, centrado en consignas amplias como *'pobreza cero'*, *'unir a los argentinos'* o *'combatir el narcotráfico'*. Esta estrategia buscaba ampliar el atractivo electoral de *Cambiemos* más allá del núcleo opositor al kirchnerismo, evitando definiciones programáticas rígidas que pudieran generar rechazo en sectores moderados o en votantes kirchneristas. Para neutralizar las acusaciones de un posible retorno al neoliberalismo, Macri se comprometió a mantener políticas sociales emblemáticas -como la Asignación Universal por Hijo- y a no privatizar empresas estatales recuperadas durante el kirchnerismo. Así, *Cambiemos* logró presentarse como una opción moderada y pragmática de centroderecha, capaz de atraer a un electorado amplio y heterogéneo, inaugurando un nuevo ciclo de competencia política más estable y estructurado en torno a dos grandes coaliciones.

Así comenzaba a configurarse un nuevo sistema de partidos: el *bicoalicionalismo polarizado* (Cruz, 2021), que terminaría de consolidarse bajo las presidencias de Mauricio Macri (2015-2019) y Alberto Fernández (2019-2023). Este nuevo esquema volvió a nacionalizar y estabilizar la competencia partidaria en torno a dos grandes coaliciones: una de centroizquierda liderada por el peronismo y otra de centroderecha encabezada por el PRO. De esta manera, las élites políticas argentinas comenzaron a polarizarse ideológicamente por primera vez desde la recuperación democrática (Casullo y Ramírez, 2021). Hasta entonces, las diferencias partidarias no se habían estructurado en torno al eje izquierda–derecha, sino sobre un eje "alto–bajo": lo "alto", asociado al radicalismo y al antiperonismo (culto, institucional, elitista), y lo "bajo", vinculado al peronismo (popular, rebelde, personalista) (Ostiguy, 2009). Aunque este clivaje no desapareció por completo, la *grieta* favoreció su superposición con el nuevo eje ideológico.

Sin embargo, el electorado argentino continuaba mostrando niveles relativamente bajos de polarización ideológica en perspectiva comparada con otros países de la región (Moncagatta y Silva, 2024). La ideología no era un factor importante a la hora de explicar el voto al oficialismo o a la oposición a (Oliveros, 2019). La sociedad, sin embargo, seguía profundamente polarizada en términos afectivos (Gervasoni y De Leo, 2025).

El sistema bicoalicional argentino tuvo, en un primer momento, un carácter aparentemente centrípeto. Las principales figuras políticas que disputaron la presidencia en 2015 -Mauricio

Macri, Daniel Scioli y Sergio Massa- buscaron atraer al votante medio mediante estrategias de moderación discursiva. Macri presentó al PRO como una fuerza moderada y evitó identificarse explícitamente con la derecha, mientras Scioli encarnaba el ala más pragmática del kirchnerismo y Massa proponía una tercera vía "racional" entre ambos polos. Ya en el gobierno, el macrismo mantuvo una agenda gradualista condicionada tanto por la heterogeneidad interna de su coalición -que incluía a la UCR y la CC que se oponían a llevar a cabo medidas que perjudicaran directamente a la clase media- como por su debilidad legislativa, la presión sindical y el temor a los costos sociales de un ajuste brusco (Gené y Vommaro, 2023c). Por otra parte, luego de la victoria de Macri en 2015 parecía haber indicios de que el electorado se estaba empezando a despolarizar afectivamente y muchos votantes de Scioli parecían darle una chance a Macri (Gervasoni y De Leo, 2025).

Sin embargo, las élites políticas no se despolarizaron afectivamente. La campaña legislativa de 2017 cristalizó esta dinámica: Cambiemos transformó la elección en un plebiscito entre kirchnerismo y antikirchnerismo, apelando a la narrativa de la "lucha contra la corrupción", mientras que el peronismo denunciaba persecución judicial y mediática contra sus dirigentes. Estos intercambios revelaron que, pese a la moderación ideológica, la polarización afectiva seguía estructurando tanto el discurso de las élites y de parte de los votantes.

Luego de las elecciones legislativas de medio término del año 2017 donde el oficialismo macrista se impuso sobre el kirchnerismo a nivel nacional, el gobierno decidió radicalizar su agenda impulsando dos polémicos proyectos: La reforma previsional y laboral. No obstante, rápidamente encontró una resistencia social mayor a la esperada frente a sus principales iniciativas. La reforma previsional pudo aprobarse luego de tensas negociaciones con la oposición en el Congreso frente a masivas protestas callejeras y un amplio rechazo en la sociedad que inició una fuerte caída en la imagen presidencial que no se volvería a recuperar (Gené y Vommaro, 2023c; Gervasoni y De Leo, 2025). Por otra parte, ante la negativa de la CGT a respaldar el proyecto de reforma laboral el gobierno desistió de tratarlo en el Congreso.

Paralelamente, en abril del 2018 ante una crisis financiera y cambiaria, el gobierno recurrió al Fondo Monetario Internacional (FMI) para obtener respaldo financiero, a cambio de comprometerse a abandonar el gradualismo e implementar un severo ajuste fiscal. Estas medidas profundizaron el descontento del electorado con la figura presidencial, incluso entre sus seguidores más acérrimos.

La crisis económica y la moderación del gobierno comenzaron a generar un creciente malestar en el núcleo más duro de Cambiemos, que percibía al oficialismo como excesivamente moderado frente al kirchnerismo y lo que representaba. Como señalan Morresi y Vommaro (2023), "*ellos querían salir de la grieta no a fuerza de diálogo, sino de la obliteración de un otro irreductible… la 'revolución del hacer' implicaba dejar atrás la ideología, pero 'ideológico' debía entenderse como sinónimo de izquierdismo, kirchnerismo, atraso*" (p. 61). Este sector, descontento con el gradualismo económico y la retórica conciliadora de Macri, comenzaba a demandar una identidad más nítida y confrontativa frente al enemigo kirchnerista.

Esta insatisfacción de parte del núcleo duro antikirchnerista se profundizaría con el proyecto de Ley de Legalización del Aborto presentado por el gobierno durante el 2018 para desviar el foco de la agenda pública de la crisis económica. El proyecto de ley movilizó a la sociedad y dividió al oficialismo -el presidente se manifestó en contra pero una minoría de su bancada votó a favor-, lo que generó fastidio en parte del núcleo duro de apoyo del gobierno. Las marchas en contra de la ley del aborto generaría las primeras experiencias de politización para muchos jóvenes que se mostraban insatisfechos con un gobierno al que creían no era lo suficientemente de derecha (Gené y Vommaro, 2023c).

En este contexto de descontento y crisis, el oficialismo enfrentó el desafío de nuevas fuerzas que lo corrían por la derecha. En las elecciones presidenciales de 2019 surgieron las candidaturas de José Luis Espert, con un discurso ultraliberal que acusaba al gobierno de hacer "kirchnerismo de buenos modales", y de Juan José Gómez Centurión, quien representó un conservadurismo moral basado en la oposición a la legalización del aborto debatida en 2018. Juntos cosecharon más de un 5% de los votos en las P.A.S.O. Estas expresiones revelaron el surgimiento de un electorado insatisfecho con la moderación del gobierno, que demandaba una agenda más claramente derechista tanto en lo económico como en lo cultural.

Frente a este escenario, la coalición oficialista adoptó un tono más confrontativo y polarizante con el kirchnerismo. En la campaña posterior a las PASO, Mauricio Macri apeló a una narrativa de defensa moral frente al "riesgo kirchnerista", exaltando el mérito individual -"los que se levantan temprano a trabajar"- y oponiéndolo a la imagen de los "vagos" asociados al kirchnerismo (Gené y Vommaro,2023c) . Al mismo tiempo, se corrió hacia posiciones más conservadoras: su compañero de fórmula, Miguel Ángel Pichetto, introdujo un discurso crítico hacia la inmigración, mientras el propio Macri abrazó públicamente la defensa de "las

dos vidas". En el plano económico, prometió acelerar las reformas de mercado y un ajuste más decidido en caso de ser reelegido. La radicalización de JxC contribuyó a recomponer el vínculo con su núcleo duro que volvió a inclinarse por la coalición gobernante y de esta manera ayudó a acortar la distancia con el peronismo que terminó siendo de menos de 8% aunque no alcanzó para evitar la victoria de los Fernández en primera vuelta.

La presidencia de Alberto Fernández debió enfrentar, desde su inicio, uno de los mayores desafíos políticos y sociales del siglo XXI: la pandemia de COVID-19. La estrategia inicial del gobierno -priorizar la contención sanitaria mediante una estricta cuarentena nacional- contrastó con la respuesta de otros gobiernos de la región y permitió un amplio consenso social. En ese contexto de incertidumbre global, la aprobación presidencial alcanzó niveles inéditos, superando el 80% en los primeros meses de gestión.

Sin embargo, el prolongado confinamiento, el desgaste económico y social, y una serie de decisiones controvertidas -como el intento de expropiación de Vicentin o los escándalos del "Vacunatorio VIP" y la "fiesta de Olivos"- precipitaron una rápida erosión del apoyo al gobierno.

A partir de entonces, el clima político se tensó: las protestas contra las restricciones sanitarias, impulsadas por dirigentes opositores como Patricia Bullrich, reactivaron la polarización que había caracterizado la vida política argentina durante la década anterior. En esas movilizaciones también cobró visibilidad el economista y la figura mediática de Javier Milei, quien, desde una posición abiertamente libertaria, denunciaba las políticas sanitarias como un intento del Estado de restringir libertades individuales. Su retórica incendiaria y su denuncia a la "casta política" lo convirtieron en un nuevo referente de una derecha más radical y antisistema.

Estas protestas marcaron el punto de partida de una nueva etapa de confrontación política. Mientras Bullrich buscaba consolidarse como líder del ala más dura de Juntos por el Cambio, Horacio Rodríguez Larreta procuraba mantener una estrategia de cooperación institucional con el gobierno nacional. La tensión entre ambas posturas -la línea dialoguista de Larreta y la confrontativa de Bullrich- cristalizó la división interna entre "palomas" y "halcones", que dominaría la dinámica opositora en los años siguientes y anticiparía el corrimiento ideológico del espacio hacia posiciones más radicales.

En las elecciones legislativas de 2021, el oficialismo sufrió una derrota significativa frente a Juntos por el Cambio, que consolidó su papel como principal fuerza opositora. Sin embargo, el dato político más relevante fue la emergencia de La Libertad Avanza (LLA), encabezada por Javier Milei en la Ciudad de Buenos Aires y José Luis Espert en la provincia, junto con Victoria Villarruel. Este nuevo espacio logró captar el voto del electorado más desencantado con la política tradicional -tanto del FDT como de JxC-, canalizando la frustración económica y el malestar con las restricciones sanitarias a través de un discurso antipolítico, libertario y abiertamente confrontativo con "la casta".

Las elecciones primarias presidenciales de 2023 se desarrollaron en un contexto de inflación creciente y de un oficialismo debilitado y atravesado por tensiones internas, que finalmente se unificó detrás de la candidatura de Sergio Massa. Por su parte, Juntos por el Cambio disputó una interna competitiva entre Horacio Rodríguez Larreta y Patricia Bullrich. Los resultados configuraron un escenario de paridad relativa: Milei obtuvo el primer lugar, Juntos por el Cambio se ubicó en el segundo y Unión por la Patria en el tercero. No obstante, el oficialismo logró una remontada electoral que lo llevó a disputar el ballotage frente a Milei, quien terminaría imponiéndose sobre Massa con el apoyo activo de Bullrich y Mauricio Macri.

Tras las elecciones de 2021, el clima político se tornó crecientemente hostil. La moralización de la política -expresada en episodios como la denuncia penal de Elisa Carrió a Alberto Fernández por "envenenamiento" (Chequeado, 2021)- dio paso a una etapa donde la violencia, simbólica y material, se volvió un componente visible de la vida política del país (Sourjon, 2024). La retórica incivil y agresiva de dirigentes opositores como Patricia Bullrich y Javier Milei contribuyó a profundizar esta dinámica: la primera llegó a prometer "terminar con el kirchnerismo" encarcelando a sus líderes (CNN, 2023), mientras el segundo construyó su identidad política en torno a la deslegitimación de la política tradicional, recurriendo a insultos y acusaciones extremas ("zurdos de mierda", "ratas inmundas") e incluso relativizando los crímenes de la última dictadura y mostrando poco compromiso ante la defensa de la democracia como régimen político. Las marchas del 27 de febrero de 2021, del 23 de abril y del 9 de julio de 2022 -con horcas, guillotinas y bolsas mortuorias con nombres de dirigentes políticos y sociales vinculados al kirchnerismo-, el fallido atentado contra la vida de la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner en septiembre de 2022, y el constante hostigamiento en redes sociales y en el espacio público hacia periodistas, militantes y referentes sociales por parte de seguidores y/o militantes vinculados a La Libertad Avanza y

la figura de Milei representó un salto en los niveles de polarización afectiva tanto entre las élites como entre la población en general debido a la radicalización del polo antikirchnerista.

En este clima de creciente hostilidad política y social, comenzaron a desarrollarse las primeras investigaciones sistemáticas sobre polarización afectiva en Argentina. Estudios como los de Ramírez y Falak (2023) y Quevedo y Ramírez (2021) mostraron que entre los votantes del Frente de Todos (FdT) y de Juntos por el Cambio (JxC) predominaban sentimientos negativos hacia los líderes y simpatizantes del espacio contrario. Sin embargo, los hallazgos revelaron un rasgo particularmente significativo de la polarización afectiva argentina: su carácter asimétrico: Los votantes de JxC manifestaban mayores niveles de rechazo tanto hacia los políticos asociados al FdT como hacia los votantes del FdT.

De igual manera, los niveles de polarización ideológica tanto entre las élites como entre el electorado aumentaron y se volvieron más asimétricos. En el plano de las élites, las distancias entre el kirchnerismo y el antikirchnerismo siguió ampliándose. Mientras el kirchnerismo mantuvo las banderas históricas de la ampliación de derechos, la centralidad del Estado en la economía y la defensa de la justicia social, procuró al mismo tiempo incorporar figuras de perfil moderado y con capacidad de diálogo con el llamado *círculo rojo*, como Alberto Fernández en 2019 o Sergio Massa en 2023. En contraste, el antikirchnerismo experimentó un corrimiento más pronunciado hacia la derecha. La confluencia entre sectores del PRO, el radicalismo más conservador y las nuevas expresiones libertarias acentuó un discurso antiestatista, antisindical y abiertamente hostil hacia las organizaciones sociales y los movimientos de derechos humanos.

En el plano del electorado, como señalan Balsa (2024a), Calvo et al. (2024) y Reina et al. (2025), los votantes de Unión por la Patria (UxP) tienden a sostener una visión estatista y progresista del rol del Estado, mientras que los de Juntos por el Cambio (JxC) y La Libertad Avanza (LLA) se inclinan por posturas pro-mercado, que promueven una menor intervención estatal en la economía y una mayor confianza en la iniciativa privada (ver Tabla I y Tabla II).

***Tabla I**: Rol deseado del Estado por afinidad partidaria.*

	Total	**Libertarios**	**Peronismo**	**Cambiemitas**

El Estado debe regular la economía y ayudar a los más pobres	67%	42%	88%	57%
El Estado debe dedicarse exclusivamente a la seguridad y la justicia, sin intervenir en economía ni en temas sociales	26%	47%	7%	31%
NS/NC	7%	11%	5%	12%
Total	100%	100%	100%	100%

Elaboración propia en base a datos extraídos de Reina et al. (2025).

***Tabla II**: Visiones sobre lo público y lo privado (total y por voto ballotage 2023).*

	Total	**Libertarios**	**Peronismo**
Preferencia por que el empleo sea generado por el sector privado	54%	78%	26%

Mayor confianza en empresas privadas por sobre empresas públicas	50%	75%	20%
Preferencia por tener un empleo en el sector privado en relación al sector público (igual salario y condiciones laborales)	49%	59%	36%

Elaboración propia en base a datos extraídos de Reina et al. (2025).

Esta divergencia se replica en el plano de la seguridad y el orden público: mientras que entre los votantes de UxP predominan las posiciones *garantistas*, los de JxC y LLA adhieren en mayor medida a visiones *punitivistas* (Reina et al., 2025)[8].

En el eje cultural, las diferencias también son notorias. Tanto Calvo et al. (2024) como Balsa (2024b) destacan que los votantes de Bullrich y Milei tienden a rechazar los avances recientes en materia de género, diversidad y políticas redistributivas, percibiéndolos como excesivos o innecesarios. No obstante, Reina et al. (2025) observan una mayor heterogeneidad dentro del electorado LLA y de JxC, donde conviven sectores liberales en lo moral con otros más conservadores.

En conjunto, estas investigaciones evidencian una creciente segmentación del electorado argentino en torno a tres ejes -económico, cultural y securitario- que estructuran dos visiones de país contrapuestas. Como advierten Moncagatta y Silva (2024), este proceso se inscribe en una tendencia regional hacia una mayor polarización ideológica, observable en buena parte

[8] Se entiende por posición garantista aquella que prioriza la protección de los derechos y garantías individuales consagrados constitucionalmente -como el debido proceso, la presunción de inocencia y la proporcionalidad de las penas- frente al ejercicio del poder punitivo del Estado. En el debate político argentino, esta postura suele asociarse con una mirada crítica hacia el encarcelamiento masivo, la prisión preventiva extendida y las políticas de "mano dura". Por el contrario, la posición punitivista propugna una respuesta estatal más severa frente al delito, enfatizando el endurecimiento de penas, la ampliación de causales de detención y una menor tolerancia hacia atenuantes procesales o penitenciarios.

de América Latina desde comienzos de la década de 2010. En estos últimos 10 años Argentina ha dejado de ser un país donde la ideología ocupaba un lugar marginal a la hora de explicar el voto o las identidades políticas. Por el contrario, y en línea con lo que señalan Torcal y McCarthy (2023), las orientaciones ideológicas han adquirido un peso creciente en la definición de las preferencias electorales y en la configuración de las identidades políticas, al punto de que el clivaje histórico peronismo/antiperonismo hoy en día se superpone con el ideológico.

De esta manera, la polarización en Argentina durante el gobierno de Alberto Fernández se consolidó en todos sus niveles. Los altos niveles de polarización afectiva entre las élites y el electorado cruzaron un nuevo límite. A su vez, los niveles de polarización ideológica entre las élites siguieron en aumento y por primera vez se consolidó claramente una polarización ideológica entre los votantes kirchneristas y antikirchneristas.

2.3.2 El ascenso al poder de la ultraderecha en Argentina

Las explicaciones sobre la victoria de Javier Milei en las elecciones presidenciales de 2023 pueden dividirse en dos grandes dimensiones: coyunturales y estructurales.

Entre los factores coyunturales, los analistas y cientistas políticos destacan dos en particular. En primer lugar, la profunda crisis económica que atravesaba la Argentina en 2023: una recesión acompañada por una inflación de tres dígitos en un contexto de estancamiento que se arrastraba desde 2012. Este escenario convirtió a la elección en un virtual referéndum sobre la gestión oficialista, lo que resultó especialmente adverso para Sergio Massa, ministro de Economía y candidato del peronismo, en un país donde el voto económico tiene un peso determinante (Murillo y Visconti, 2017). En segundo lugar, la pandemia de COVID-19, que en Argentina, como en buena parte del mundo, alimentó una ola anti-incumbente (Woods, 2025). No sólo eso, sino que algunos autores han argumentando que en el caso argentino la pandemia funcionó como una coyuntura crítica (Lucca y Gunturiz, 2025)[9]. La prolongada cuarentena en los principales centros urbanos, las violaciones a las restricciones por parte del entorno presidencial y la opacidad en el acceso privilegiado a las vacunas por parte de ciertos

[9] Una coyuntura crítica es un período relativamente breve en la historia de un país que abre una oportunidad excepcional para introducir transformaciones profundas en sus instituciones. En estas "ventanas de cambio" se flexibilizan las restricciones que normalmente limitan o impiden dichas modificaciones. Como señalan Lucca y Gunturiz (2025) "Las coyunturas críticas también pueden verse como momentos donde la gobernabilidad de una sociedad está en juego, y donde la legitimidad o eficacia de los gobiernos se debate. Por ello, entendemos que la pandemia del COVID abrió una coyuntura crítica en la trayectoria de la democracia argentina que condujo al ascenso de Javier Milei a la presidencia" (pp. 15-16).

sectores de la élite política y social generaron un fuerte malestar ciudadano, que se tradujo en un debilitamiento adicional del oficialismo y del apoyo a la democracia en el país, lo que combinado con la revolución digital de la información y comunicación fue aprovechado por la ultra derecha.

Los argumentos más estructurales apuntan en varias direcciones distintas pero convergentes en muchos casos. En primer lugar, diversos investigadores señalan que en los últimos años las posiciones ideológicas de la sociedad argentina se han desplazado hacia la derecha (Balsa, 2024a; Murillo y Oliveros, 2023). A partir de los datos de LAPOP, Murillo y Oliveros (2023) muestran una disminución transversal -en votantes de todo el espectro ideológico- del apoyo a la intervención estatal como mecanismo para reducir la desigualdad. Tanto los votantes de Bullrich como de Milei para finales del 2023 mostraban posiciones similares en cuanto a su rechazo a una mayor presión impositiva por parte del Estado, a pensar que los cambios en materia de derechos de género y diversidad sexual habían sido excesivos y que avanzado demasiado rápido, y su escepticismo frente a la ayuda social hacia los sectores populares (Calvo et al., 2024). La única e importante diferencia entre los votantes de Milei y de Bullrich es que los primeros muestran mayores niveles de desconfianza hacia la democracia. Sin embargo, sí se ha registrado una creciente brecha ideológica entre varones y mujeres, y en especial entre los varones jóvenes y el resto de la población, pese a que la derechización es un fenómeno transversal.

En relación a esto, a partir de estudios cualitativos Semán y Welschinger (2023) sostienen que en las últimas décadas se ha extendido entre amplios sectores de la población -incluidos los sectores populares- lo que ellos llaman un modelo ideológico que, aunque muchas veces no se enuncia explícitamente, se manifiesta en prácticas cotidianas y en la autopercepción de los individuos: el *mejorismo*. Este sistema de creencias concibe la vida como un mercado y a las personas como unidades productivas, cuyo progreso depende del esfuerzo, la disciplina y la automotivación. Desde esta perspectiva, asumir riesgos y enfrentarse a la competencia del "gran mercado de la vida" es valorado como moralmente superior. En cambio, quienes quedan al margen de esa lógica -beneficiarios de planes sociales, empleados estatales con estabilidad garantizada, políticos y élites vinculadas a la corrupción (empresarios prebendarios, sindicalistas, herederos privilegiados)- son deslegitimados y vistos como "parásitos". Frente a ellos, los *mejoristas* se reconocen como las verdaderas víctimas del sistema: un grupo que abarca tanto a profesionales como a repartidores de aplicaciones, pasando por empresarios innovadores y pequeños emprendedores.

En esta cosmovisión, los derechos no son concebidos como universales, sino como algo que debe ganarse: se legitiman en el aguante, en la capacidad de soportar la intemperie y en la autoafirmación como condición moral para ser acreedor de ellos. Por eso muchos sujetos se identifican con la figura del "emprendedor", en su búsqueda constante de progreso material y personal.

La ideología *mejorista* surge en un contexto de creciente desprestigio de la política y de la acción estatal. A partir de sus hallazgos en estudios focales, Semán y Welschinger (2023) sostienen que lo que se pone en cuestión no es tanto el valor de los bienes públicos en sí mismos, sino lo que denominan el "estado del Estado". Las dificultades para garantizar una educación y una salud de calidad, el deterioro de la infraestructura y, en particular, la incapacidad de brindar seguridad a la ciudadanía generan en la población sentimientos de impotencia y un hartazgo creciente frente a lo que se percibe como una mera *mímica* de acción estatal: un "como si" el Estado actuara, sin resultados efectivos. En este sentido, la pandemia exacerbó esta crítica al Estado.

Pero la derechización de la sociedad, como se ha señalado antes, no se ha reducido únicamente a la esfera económica. Balsa (2024b) sostiene que, durante el gobierno de Alberto Fernández y en el período inmediatamente previo al triunfo de Milei, buena parte de las causas vinculadas al feminismo y a la agenda del progresismo cultural se convirtieron en objeto de disputa política. Entre ellas se encontraban el lenguaje inclusivo y la corrección política, la legalización del aborto, las políticas de igualdad de género, la protección y reparación de minorías, la inmigración -en especial proveniente de países limítrofes-, así como debates sobre punitivismo, orden y autoridad en las escuelas. Esto se dio con más fuerza entre los varones, pero incluyó a buena parte de las mujeres también.

En segundo lugar, otra razón que explica el auge de la ultraderecha mileísta, y del *mejorismo* ideológico en Argentina es económica. La Argentina no ha logrado consolidar un modelo productivo capaz de garantizar un crecimiento económico sostenido y una generación estable de empleo desde la crisis del Rodrigazo en 1975. Desde entonces, el país atravesó múltiples crisis recurrentes (1981, 1989-1990, 1998-2002), cada una de las cuales elevó progresivamente el "piso" de pobreza: tras cada colapso económico la pobreza disminuía parcialmente, pero nunca regresaba a los niveles previos, consolidando un deterioro estructural.

Si bien el período 2003-2011, correspondiente a los dos primeros gobiernos kirchneristas, marcó una ruptura con la etapa previa en términos de generación de empleo registrado, baja de desigualdad, crecimiento industrial y estabilidad económica, durante este período no se produjo una transformación estructural del modelo productivo: la economía continuó dependiendo en gran medida del sector primario, especialmente del agro; y la pobreza, aunque disminuyó notablemente, no volvió a situarse por debajo de los niveles alcanzados en los mejores momentos de la década de 1990 (Sowter, 2024).

A partir de 2012, la economía argentina comenzó a estancarse, generando problemas recurrentes en la balanza de pagos y niveles de inflación crecientes. La llegada de Mauricio Macri en 2015 no resolvió estas dificultades, sino que las profundizó: se acentuó la caída del salario real, se deterioró la distribución del ingreso y se incrementó fuertemente el endeudamiento externo, lo que limitó la capacidad de acción del Estado en los años siguientes. Por su parte, el gobierno de Alberto Fernández no logró revertir de manera significativa estos fenómenos: la desigualdad y la pérdida de ingresos persistieron, el estancamiento económico se prolongó, la creación de empleo registrado se mantuvo restringida y la elevada deuda heredada redujo su margen de maniobra, mientras que la inflación alcanzó niveles críticos. Es en este contexto de estancamiento económico, debilidad de la moneda nacional, poca o nula generación de empleo registrado, y deterioro de los servicios públicos brindados por el Estado donde surge el atractivo de Milei en parte de la población. Según Semán y Welschinger (2023) la prédica libertaria encontró un terreno especialmente fértil entre los jóvenes, ya que son quienes más directamente experimentaron los efectos de la crisis económica sin haber podido construir previamente un colchón de seguridad, como sí lo hicieron generaciones mayores. Muchos de ellos ingresaron al mercado laboral en el período de estancamiento 2012-2023 y, además, vieron interrumpidos sus estudios y sus posibilidades de generar ingresos durante la pandemia.

Finalmente, otro argumento que explica el éxito de Milei se vincula con la llamada *batalla cultural*. Es importante señalar que, antes de que Javier Milei emergiera como un candidato competitivo de ultraderecha, los valores e ideas asociados a la izquierda argentina ya venían siendo cuestionados por un heterogéneo grupo de activistas, influencers y autores. Estos actores definían su acción precisamente en términos de una “batalla cultural”, librada en el terreno mediático, las redes sociales y la industria cultural, lo que conformó un espacio propicio para la producción y difusión masiva de ideas (Saferstein, 2023).

A partir de fines de la década de 2010, comenzaron a popularizarse entre los jóvenes figuras y discursos vinculados a la derecha radical, con autores como Agustín Laje, Nicolás Márquez, Gloria Álvarez, Axel Kaiser o el propio Milei. Durante esos años y a lo largo de la presidencia de Alberto Fernández, se produjo una creciente masificación de eventos culturales -presentaciones de libros, conferencias, charlas públicas- que se complementaron con una enorme circulación digital en plataformas como YouTube, Instagram o Twitter.

Este fenómeno no solo generó un corrimiento ideológico en amplios sectores de sus espectadores, sino que también cumplió una función multiplicadora: quienes consumían estos contenidos luego replicaban sus ideas en sus propios entornos de socialización -redes sociales, escuelas, universidades, espacios laborales, amistades o familias- creando un efecto expansivo. De este modo, se configuró una sinergia entre medios de comunicación, redes digitales y eventos culturales que consolidó una nueva forma de sociabilidad política. Como señala Saferstein (2023):

> En la batalla cultural que se ha enarbolado desde las derechas en torno a la construcción de un nuevo sentido común, los artefactos culturales que la vehiculizan ocupan un lugar relevante para sus autores, mediadores y simpatizantes porque permiten materializar, sistematizar y transmitir ideas y discursos sociales, tejer vínculos e identidades y construir sociabilidad política. Así, libros, productos y contenidos digitales funcionan como vector e insumo para la construcción y consolidación de culturas políticas (p. 173).

En perspectiva, no resulta sorprendente que gran parte de la efectividad de la campaña de Javier Milei se haya sustentado en su fuerte presencia en redes sociales y medios digitales. Mientras Sergio Massa apeló a una estrategia más tradicional -visitando ciudades y pueblos, participando de actos y rallies, y relegando a un papel secundario las redes sociales-, la campaña de Milei se centró en estos espacios digitales. De hecho, Milei visitó solo la mitad de las provincias argentinas y ni siquiera se presentó en Córdoba. Los videos de Milei lograron mayor viralización que los de Massa en plataformas como YouTube, TikTok e Instagram; sus cuentas oficiales contaban con más seguidores, y además se generó una sinergia con cuentas espontáneas de simpatizantes que compartían contenido propio -a veces incluso no subido por Milei- y que también se volvió viral, amplificando aún más su mensaje (DDIA, 2024).

Para finalizar, este trabajo busca contribuir al debate nacional sobre la polarización política y el ascenso de la ultra derecha proponiendo una lectura desde la teoría de la identidad social.

Bajo esta perspectiva, la polarización entre kirchneristas y antikirchneristas no solo expresa un conflicto político, sino que configura identidades sociales antagónicas que moldean la percepción del Otro y reestructuran las lealtades político-partidarias.

El ascenso y éxito electoral de Javier Milei no puede comprenderse plenamente sin considerar el rol de la “grieta” para consolidar, por un lado, el partidismo negativo -que permite la victoria de candidatos con posturas relativamente polémicas e impopulares- y, por el otro, para facilitar procesos de radicalización ideológica entre el electorado y las élites.

3. Marco teórico/metodológico

3.1 Hipótesis

La polarización polarización en Argentina -particularmente la afectiva- entre kirchneristas y antikirchneristas creó las condiciones que facilitaron la victoria y ascenso de Javier Milei en las elecciones presidenciales del año 2023. Esta dinámica ayuda a explicar, por un lado, por qué la derecha se radicaliza, y por otro, por qué muchos votantes que no coincidían con buena parte de la agenda y la forma de hacer política de Milei decidieran apoyarlo de todos modos.

3.2 Marco teórico

El punto de partida teórico de esta investigación es la Teoría de la Identidad Social desarrollada por Tajfel et al. (1971) y ampliada por Tajfel y Turner (1979). Desde esta perspectiva, los individuos derivan parte de su autoestima y sentido de pertenencia de los grupos sociales a los que pertenecen, lo que genera de manera sistemática dos tipos de sesgos: una tendencia a evaluar favorablemente a los miembros del propio grupo (in-group bias) y una tendencia a evaluar negativamente a los miembros de grupos externos (out-group bias). Estos sesgos no requieren un conflicto de intereses objetivo para activarse, sino que basta con la percepción de pertenencia grupal para que emerjan evaluaciones diferenciales entre el nosotros y los otros.

Si la Teoría de la Identidad Social explica los mecanismos psicológicos que sostienen la polarización afectiva, es necesario complementarla con un análisis de los factores estructurales que en el siglo XXI la producen y la profundizan. Entre estos, el rol de los medios de comunicación y las redes sociales ocupan un lugar central en la literatura contemporánea.

Stroud (2010) mostró que el consumo selectivo de medios -la tendencia de los individuos a elegir aquellas fuentes de información que confirman sus creencias previas- tiene efectos polarizantes mensurables. Cuando los ciudadanos se exponen de manera sistemática a medios que refuerzan su visión del mundo y evitan aquellos que la cuestionan, sus posiciones políticas tienden a radicalizarse. Este mecanismo opera en dos direcciones: refuerza el in-group bias al rodear al individuo de voces que validan su identidad grupal, y amplifica el out-group bias al presentar al adversario siempre a través de los encuadres más negativos y

estereotipados. Levendusky (2013) complementó este argumento mostrando que los medios partidistas polarizan en primer lugar a los ciudadanos más comprometidos ideológicamente, y que ese efecto se irradia progresivamente hacia el resto de la población, al reducir el espacio disponible para posiciones intermedias y hacer que las opciones moderadas parezcan menos legítimas o menos rentables electoralmente.

La masificación de las redes sociales añadió una nueva dimensión a este proceso. Las plataformas digitales no son espacios neutros de intercambio de información sino arquitecturas algorítmicas que producen efectos sistemáticos sobre la distribución de la información y, en consecuencia, sobre la formación de opiniones e identidades políticas.

Pariser (2011) introdujo el concepto de *filtro burbuja* para describir el mecanismo mediante el cual los algoritmos de las plataformas aprenden las preferencias del usuario -a partir de sus clics, sus likes y sus patrones de navegación- y le muestran de manera creciente contenido consistente con esas preferencias. A diferencia del consumo selectivo de medios descrito por Stroud (2010), el *filtro burbuja* es un mecanismo en buena medida invisible para el usuario: no es que este elija activamente evitar la información discordante, sino que el algoritmo la hace progresivamente menos visible. El resultado es una personalización de la información que refuerza las creencias previas y reduce la exposición a perspectivas alternativas sin que el usuario necesariamente lo perciba ni lo decida.

Sunstein (2001) desarrolló el concepto relacionado de *cámara de eco* para describir el fenómeno por el cual la exposición repetida a información homogénea -que confirma las propias creencias y rechaza las ajenas- tiende a radicalizar las posiciones de los individuos. En un entorno donde las personas interactúan predominantemente con quienes comparten sus puntos de vista, las posiciones se vuelven más extremas y la tolerancia hacia la disidencia disminuye. La evidencia al respecto es consistente: la exposición selectiva a información ideológicamente congruente refuerza las identidades de grupo y amplifica la hostilidad hacia el exogrupo, en exacta consonancia con los mecanismos identificados por la Teoría de la Identidad Social.

Finalmente, la literatura sobre erosión democrática y ascenso de populismos de derecha ha mostrado de manera consistente que la polarización afectiva intensa crea condiciones propicias para el surgimiento de actores antisistema. Levitsky y Ziblatt (2018) argumentan que cuando la polarización erosiona las normas de tolerancia mutua y deferencia institucional

entre los principales actores políticos, los guardianes informales que históricamente han contenido el ascenso de candidatos extremistas dejan de funcionar: los partidos establecidos dejan de rechazar coaliciones con actores radicales y los medios dejan de excluirlos de la esfera de la controversia legítima. En un contexto de polarización intensa, la lógica del mal menor -apoyar a cualquier candidato que derrote al adversario- tiende a prevalecer sobre los criterios de moderación programática o respeto a las normas democráticas.

En resumen, la partidización de los medios de comunicación y ciertas características de las redes sociales son factores que han contribuido a profundizar la polarización afectiva, y, por ende, a facilitar el surgimiento y éxito político de figuras como la de Javier Milei.

3.3 Metodología

El presente trabajo adopta un diseño de estudio de caso longitudinal con enfoque cualitativo. La unidad de análisis es el proceso de polarización política en Argentina entre 2008 y 2023, y el objetivo es reconstruir la trayectoria mediante la cual ese proceso creó las condiciones comunicacionales y afectivas que facilitaron el ascenso de Javier Milei a la presidencia en 2023.

Desde el punto de vista epistemológico, el trabajo se inscribe en la tradición interpretativista, que concibe la tarea de las ciencias sociales no como el descubrimiento de leyes causales universales sino como la producción de interpretaciones plausibles y teóricamente sustentadas de los fenómenos sociales. En ese marco, el procedimiento metodológico adoptado puede caracterizarse como una exploración bibliográfica interpretativa: un recorrido sistemático por la literatura académica existente -estudios empíricos, experimentos y análisis del discurso- del que emerge una lectura original sobre la relación entre polarización afectiva, ecosistema mediático y ascenso de la ultraderecha en Argentina. El objetivo no es demostrar una relación causal en sentido estricto sino construir una interpretación coherente, teóricamente anclada y empíricamente informada de ese proceso.

El método de recolección de datos utilizado fueron fuentes secundarias de información producidas por otros investigadores. Las fuentes se organizan en dos tipos. Por un lado, estudios empíricos sobre el ecosistema comunicacional digital, entre los que se encuentran el trabajo de Calvo (2015a; 2015b; 2015c; 2015d) sobre el caso #Nisman, el de Calvo y Aruguete (2020a; 2020b) y Aruguete et al. (2021) sobre el caso #Maldonado, y el de Montero

(2024) sobre el activismo digital de Javier Milei. Por el otro, literatura académica sobre el sistema mediático argentino -en particular Kitzberger y Schuliaquer (2025)- que permite reconstruir el proceso de partidización de los medios tradicionales como condición previa y complementaria a la dinámica de las redes sociales. Todas estas fuentes fueron seleccionadas porque combinan rigor metodológico con pertinencia empírica directa para el argumento de la tesis: cada una aporta evidencia sobre un momento o dimensión distinta del del proceso que se busca interpretar.

Dado que se trata de una reinterpretación de trabajos producidos con objetivos distintos, el uso de esa evidencia para sostener un argumento propio introduce un grado de inferencia que excede lo que cada estudio por sí solo puede demostrar. Los hallazgos de esta tesis deben entenderse, por tanto, como una interpretación plausible y teóricamente sustentada antes que como una demostración causal en sentido estricto.

4. Estudio de caso

4.1 Medios, polarización y el ecosistema comunicativo argentino

El conflicto agrario de 2008 entre el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y las organizaciones del campo marcó un punto de inflexión en la historia del sistema mediático argentino. El pluralismo interno que había caracterizado a los medios de comunicación desde la década de los 90s en Argentina -la convivencia de distintas posturas ideológicas dentro de un mismo medio- comenzó a dar paso a un pluralismo externo donde cada medio representaba una postura política definida y dejaba poco espacio para la diversidad interna (Schuliaquer, 2018). Los principales medios privados se volvieron opositores abiertos o partidarios de gobiernos, adoptando una postura de watchdog selectivo focalizado en investigar a la fuerza política del signo opuesto antes que en el control del poder en general (Schuliaquer, 2020). El resultado fue la construcción de una escena mediática dividida que obstaculizó progresivamente la posibilidad de compartir una realidad común. En ese contexto, el periodismo político dejó de ser un árbitro o un proveedor de información neutral para convertirse en un actor de la disputa, con periodistas estrella que acumulaban visibilidad y audiencia precisamente en función de su posicionamiento en uno u otro polo de la grieta[10].

La partidización mediática no es un fenómeno exclusivamente argentino, pero adoptó en este país características específicas que lo distinguen de otras experiencias regionales y globales. En Europa y Estados Unidos, las derechas radicales emergieron en buena medida en

[10] La imagen de los medios de comunicación latinoamericanos como entidades imparciales, ideológicamente plurales y críticas hacia los gobiernos de turno debe ser, cuanto menos, matizada. Los sistemas mediáticos de la región se han caracterizado históricamente por la presencia marginal de medios públicos y/o comunitarios, el predominio de la lógica comercial privada en mercados pequeños donde los medios han sido utilizados frecuentemente como herramienta de presión sobre los gobiernos para obtener concesiones en otros negocios, la debilidad regulatoria, y una profesionalización periodística limitada que redujo la capacidad crítica de los medios frente al poder (Hallin y Echeverría, 2025). A esto se suma que muchos gobernantes -tanto los electos democráticamente como los que llegaron al poder vía golpes de estado- no tuvieron reparos en presionar a los propietarios de medios para orientar su cobertura. Sin embargo, con la transición democrática de los años ochenta y noventa, el sistema mediático argentino comenzó a adquirir algunas características más virtuosas que lo acercaron, en algunos aspectos, a los del Norte Global. El fin de las intervenciones militares, las privatizaciones y desregulaciones del sistema de medios generaron un escenario en el que el periodismo pudo construir ciertos consensos sobre sus prácticas profesionales y ganar legitimidad social adoptando el modelo del watchdog. Durante el gobierno de Menem, los intentos gubernamentales de frenar la cobertura crítica generaron una cohesión inusual en el campo periodístico: profesionales de prestigio dejaron de lado sus diferencias para crear *PERIODISTAS*, una organización destinada a denunciar los ataques a la prensa. Aunque subsistían diferencias editoriales entre Clarín, La Nación y Página/12, los tres convergían en celebrar un periodismo revigorizado y competían por exponer irregularidades (Kitzberger, 2023). En ese contexto, pese a sus diferencias de línea editorial, los medios mantenían niveles de pluralismo interno que permitían encontrar voces de distintas ideologías y posturas frente a los gobiernos — algo que el conflicto del campo de 2008 y la polarización subsiguiente erosionarían de manera acelerada.

contraposición al periodismo político dominante y a los medios mainstream, que tendieron a situarlas fuera de la esfera de la controversia legítima. En Argentina ocurrió lo contrario: los medios mainstream no funcionaron como muro de contención sino como espacio de legitimación y normalización de los discursos de derecha radical (Kitzberger y Schuliaquer, 2025). El antikirchnerismo de los grandes grupos mediáticos -en particular del Grupo Clarín y del diario La Nación- creó un terreno editorial donde la radicalización discursiva era no solo tolerada sino incentivada, en la medida en que generaba audiencia y rédito político. Como señalan Kitzberger y Schuliaquer (2025), la figura de Milei en Argentina ganó notoriedad inicial en espacios regidos por lógicas de infoentretenimiento de medios tradicionales cercanos a esas identidades negativas -el antikirchnerismo- antes de convertirse en fenómenos masivos de redes sociales.

Milei fue un fenómeno mediático antes que uno de redes: en 2018, tres años antes de su primera candidatura y cinco antes de llegar a la presidencia, era el economista con más minutos en radio y televisión nacional (Kitzberger y Schuliaquer, 2025). Sus primeras apariciones habían sido solicitadas directamente por uno de los propietarios del canal América, que a la vez era su empleador en otro rubro. Su discurso radical antiestatista, donde los insultos y la descalificación eran parte constitutiva, estuvo presente desde sus primeras apariciones mediáticas sin que el sistema periodístico lo sancionara o lo marginara. Por el contrario, su estilo confrontativo y emocionalmente cargado era exactamente lo que las lógicas del infoentretenimiento televisivo demandaban. La televisión fue así el laboratorio donde Milei desarrolló y perfeccionó su estilo de comunicación verborrágico e incivil que apelaba a emociones negativas del electorado -como el resentimiento, el odio, o el asco- que luego trasladaría a las redes sociales.

El giro editorial de La Nación+ a fines de 2020 ilustra cómo ese proceso de radicalización mediática se aceleró durante la pandemia. Tras sus primeros años sin lograr destacarse en un mercado superpoblado de canales de noticias, el canal viró hacia un periodismo de opinión y denuncia más radicalizado y de estilo popular-plebeyo, reclutando a los conductores más virulentamente anti kirchneristas de TN y América. Ese desplazamiento no solo mejoró los ratings del canal sino que colocó a Milei como figura frecuente en sus sets y contribuyó al corrimiento hacia posiciones más duras de sus competidores más identificados con la derecha tradicional (Kitzberger y Schuliaquer, 2025). Lo que este proceso muestra es que la radicalización del antikirchnerismo mediático no fue una respuesta tardía al crecimiento

libertario sino su condición de posibilidad: los medios tradicionales normalizaron el discurso de Milei como parte del debate legítimo mucho antes de que las redes lo amplificaran masivamente.

Medios tradicionales y redes sociales no operaron como compartimentos estancos sino como un ecosistema comunicativo híbrido donde los contenidos circulaban en múltiples direcciones (Chadwick, 2011). Los materiales producidos en televisión alimentaban las redes, las redes amplificaban y radicalizaban lo que los medios producían, y los actores políticos aprendieron a explotar esa circularidad para maximizar su visibilidad. En ese ecosistema híbrido, las derechas desarrollaron ventajas específicas sobre las izquierdas: contenidos emocionalmente cargados que aprovechaban los algoritmos de las plataformas, capacidad para migrar a redes alternativas ante el riesgo de desplataformización, y un ecosistema de medios partidarios y exclusivos donde sus activistas interactuaban, se conocían y articulaban sus estrategias (Kitzberger y Schuliaquer, 2025). Como han mostrado estudios sobre el caso de Donald Trump en Estados Unidos, los mensajes publicados en Twitter llegaban a un público considerablemente más amplio a través de la televisión que mediante las propias redes (Törnberg y Chueri, 2025). Lo mismo ocurrió en Argentina con Milei, donde la televisión funcionó como amplificador masivo de contenidos que, como veremos más adelante, las redes radicalizaban y hacían circular entre comunidades ya predispuestas.

Sobre ese terreno mediático fracturado y partidizado llegaron las redes sociales a profundizar la segregación informativa. El carácter polarizado que distintos autores descubrieron al explorar el ecosistema de las redes sociales no era una novedad sino la expresión digital de una división que ya estructuraba el ecosistema mediático argentino desde 2008: dos polos relativamente estables, cada uno con sus propias autoridades, sus propios medios de referencia y sus propias narrativas sobre la realidad política. Las redes no crearon esa división sino que la heredaron, la amplificaron y, como veremos en los tres momentos que analizamos a continuación, la fueron profundizando ciclo a ciclo hasta crear las condiciones para el surgimiento de una fuerza política que hizo del antagonismo su razón de ser.

4.2 Las redes sociales, la grieta y el ascenso de Milei

Si bien diversos trabajos muestran que las redes sociales contribuyen a la polarización política (Waisbord, 2018; Calvo y Aruguete, 2019), en América Latina eso sucedió sobre un

terreno previamente abonado por la dinámica que había tomado la disputa política y el vínculo entre gobiernos y medios tradicionales.

La masificación de las redes sociales en Argentina no hizo más que profundizar ese clivaje. Como muestran Calvo (2015) y Calvo y Aruguete (2020a; 2020b), las redes en Argentina se organizan en dos polos relativamente estables que replican el alineamiento entre fuerzas políticas y medios tradicionales. La lógica algorítmica de plataformas como Twitter favorece la baja exposición a argumentos que producen disonancia cognitiva y afectiva, reforzando la distancia entre el endogrupo y el exogrupo y alimentando visiones estereotipadas del adversario (Schuliaquer y Vommaro, 2020). En este contexto, las redes sociales no son solo un espejo de la polarización existente sino un mecanismo activo que la reproduce y la intensifica, al articular identidades, reafirmar convicciones previas y reducir el espacio disponible para posiciones intermedias.

En este apartado analizamos tres momentos del proceso de polarización que tuvo lugares en las redes sociales -con especial foco en X (ex Twitter)- en Argentina entre 2015 y 2023, con el objetivo de mostrar cómo las redes sociales contribuyeron a profundizar la grieta y, en última instancia, facilitaron las condiciones para el ascenso de Javier Milei y el surgimiento de La Libertad Avanza. El primer momento examina el caso #Nisman del año 2015, que ilustra la estructura de la segregación informativa en Twitter durante el kirchnerismo tardío. El segundo analiza el caso #Maldonado del 2017, que añade la dimensión afectiva de esa segregación durante el gobierno de Macri y muestra cómo las emociones se convierten en energía política. El tercero aborda el período 2019-2023, en el cual la polarización afectiva alcanzó a colonizar incluso la percepción del riesgo sanitario durante la pandemia, mientras que Milei construía en redes una comunidad política basada en el resentimiento y el antagonismo que capitalizaría ese malestar acumulado.

4.2.1 Caso #Nisman

El 18 de enero de 2015, el fiscal federal Alberto Nisman -a cargo de la investigación por el atentado a la AMIA- fue encontrado sin vida en su departamento de Puerto Madero. Cuatro días antes, el 14 de enero, Nisman había presentado una denuncia por encubrimiento contra la entonces presidenta Cristina Fernández de Kirchner y otros funcionarios, y estaba previsto que se presentara ante el Congreso de la Nación al día siguiente de su muerte. El carácter políticamente explosivo de ese contexto dividió profundamente a la opinión pública

argentina. Dos narrativas emergieron con fuerza y de manera prácticamente simultánea: una sostenía que Nisman se había suicidado, la otra que había sido asesinado. La pregunta sobre las circunstancias de su muerte se convirtió rápidamente en una pregunta sobre la legitimidad del gobierno y de la oposición, y Twitter se transformó en el principal campo de batalla donde esa disputa se libró.

El análisis empírico que sustenta este apartado proviene del trabajo de Ernesto Calvo (2015a; 2015b, 2015c; 2015d), *Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman*, que estudia la circulación de información en Twitter durante los cuarenta días posteriores a la muerte del fiscal, entre el 18 de enero y fines de febrero de 2015. La base de datos construida por Calvo incluye más de 80 millones de piezas de información, desde el texto de cada publicación hasta metadatos como el dispositivo utilizado, la geolocalización y las conexiones entre cuentas. La unidad de análisis principal son los retuits antes que los tuits originales, dado que retuitear un mensaje constituye un acto de endoso político: a diferencia de un comentario o una mención, un retuit no puede ser editado para expresar desacuerdo, lo que lo convierte en un indicador confiable de afinidad ideológica. Para identificar comunidades de usuarios, Calvo utilizó el algoritmo Walktrap, que agrupa a quienes interactúan más asiduamente entre sí, y para visualizar las posiciones relativas entre actores empleó el algoritmo Fruchterman-Reingold, ambos procesados en la supercomputadora de la Universidad de Maryland. El análisis se concentra en los tuits que recibieron al menos ocho retuits - el 1,4% de los usuarios pero el 59% de la actividad total -, lo que permite reconstruir con precisión el mapa de los actores que realmente dominaron la conversación política en torno al caso.

La magnitud de la respuesta en redes fue extraordinaria. En los cuarenta días posteriores a la muerte del fiscal, más de 700.000 cuentas de Twitter participaron del fenómeno #Nisman, generando aproximadamente 4,5 millones de tuits. Sin embargo, ese espacio aparentemente masivo y horizontal estaba en realidad dominado por un número sorprendentemente pequeño de actores. Como muestra la Tabla III elaborada por Calvo (2015a), si se filtran únicamente los tuits que fueron retuiteados al menos ocho veces, el universo se reduce a cerca de 12.000 cuentas -el 1,4% del total- que sin embargo concentraron el 59% de toda la información retuiteada.

***Tabla III**: Número de usuarios que publicaron algún tuit con la palabra #Nisman y número de cuentas cuando sólo se considera publicaciones que fueron retuiteadas.*

Cuentas de usuarios de X que participaron del fenómeno #Nisman entre enero y febrero de 2015	
Filtro Aplicado	Cuentas de usuarios
Total de cuentas que participaron del caso #Nisman	700.000+
Cuentas de usuarios filtrando por 1 o más retuits	87.388
Cuentas de usuarios filtrando por 2 o más retuits	45.216
Cuentas de usuarios filtrando por 3 o más retuits	30.954
Cuentas de usuarios filtrando por 4 o más retuits	23.922
Cuentas de usuarios filtrando por 5 o más retuits	19.705
Cuentas de usuarios filtrando por 5 o más retuits	16.806
Cuentas de usuarios filtrando por 6 o más retuits	14.699

Cuentas de usuarios filtrando por 7 o más retuits	13.152
Cuentas de usuarios filtrando por 8 o más retuits	11.838
Cuentas de usuarios filtrando por 9 o más retuits	10.851
Cuentas de usuarios filtrando por 10 o más retuits	10.001

Fuente: Tomado de Calvo (2015a).

Lejos de ser un foro democrático y horizontal, Twitter reprodujo las asimetrías de poder de la política offline: quienes dominaban la tuitósfera en cierta medida los mismos actores institucionales que dominaban la escena política tradicional: Políticos, periodistas, funcionarios y grandes medios de comunicación. A mayor actividad en la red, mayor concentración de los mensajes relevantes en esas pocas manos.

Esa concentración no es casual ni neutral: responde a la estructura algorítmica de Twitter, que organiza a los usuarios en geografías discursivas relativamente estables. El análisis de redes realizado por Calvo (2015b) sobre el caso #Nisman muestra con notable nitidez que la interacción de los usuarios de Twitter con las cuentas oficiales de distintos políticos se distribuían en dos polos bien diferenciados, con escasa comunicación entre ellos: un polo gubernamental y un polo opositor.

El mecanismo es sencillo pero poderoso: los algoritmos de la plataforma priorizan el contenido producido por usuarios a quienes ya seguimos y con quienes tenemos afinidad ideológica, lo que genera que cada usuario reciba de manera sistemática información consistente con sus creencias previas. Cada retuit y cada "me gusta" retroalimenta ese proceso, reforzando los límites de cada comunidad y reduciendo progresivamente la exposición a perspectivas discordantes. El resultado es lo que Calvo denomina una *cámara de*

eco: un espacio donde la mayoría de las voces que nos rodean se parecen a las nuestras y donde, por tanto, nuestras convicciones parecen universalmente compartidas.

Las consecuencias de esa segregación informativa se volvieron concretas y mensurables en el modo en que cada comunidad procesó el caso #Nisman. Como documentó Calvo (2015a) retomando datos de Murillo (2015), la proporción de ciudadanos que creían que el fiscal se había suicidado era tres veces mayor entre quienes aprobaban la gestión de Cristina Fernández de Kirchner que entre quienes la rechazaban. No se trataba de que un bando tuviera acceso a más información que el otro: ambos accedían a abundante evidencia, pero esa evidencia era radicalmente distinta según la comunidad de pertenencia. En los "barrios" kirchneristas de Twitter circulaba de manera abrumadora la hipótesis del suicidio o del suicidado -la idea de que Nisman había sido utilizado políticamente y luego abandonado a su suerte-, mientras que en los "barrios" opositores dominaba con igual contundencia la hipótesis del asesinato como crimen de Estado. Palabras como "suicidio", "asesinato", "Berni" o "Rafecas" tenían en los mapas discursivos de Twitter ubicaciones radicalmente distintas, y ocurrían con probabilidades muy diferentes según la comunidad que las empleaba. Cada bando, rodeado de evidencia localmente masiva, no podía sino concluir que el otro era o bien cínico o bien engañado.

La segregación entre comunidades se volvía especialmente evidente al analizar cómo circulaba una misma noticia en diferentes zonas de la red. Cuando el juez Daniel Rafecas desestimó la denuncia de Nisman el 26 de febrero de 2015, los retuits relativos a esa decisión surgieron de manera casi exclusiva de usuarios cercanos al gobierno que la interpretaron como vindicación de la inocencia de CFK (Calvo, 2015c). En el polo opositor, la noticia fue prácticamente ignorada: los actores cercanos a la oposición no la retuitearon, no porque no la hubieran visto, sino porque no encajaba en su narrativa y, por tanto, la lógica algorítmica la mantuvo fuera de circulación en sus comunidades. El resultado de esa homogeneización interna es que cada bando refuerza la movilización de los propios antes que la persuasión de los ajenos: cuando la distancia entre narrativas se agranda, la lucha política deja de ser un debate y se convierte en una disputa por la movilización de comunidades ya convencidas.

Los medios de comunicación, lejos de actuar como árbitros o proveedores de información neutral, fueron actores de primer orden dentro de esa red polarizada. El análisis de Calvo (2015b) muestra que de los 10 tuits que mayor circulación tuvieron en los primeros 40 días del caso, cinco fueron publicados por la cuenta oficial de *La Nación* o por periodistas

vinculados a *Clarín* y a *Periodismo para Todos*. En el mapa político de Twitter, *La Nación* y *Clarín* aparecen ubicados en la zona opositora, cerca de Mauricio Macri y Gabriela Michetti, mientras que *Página/12* y *Télam* se ubican en el polo gubernamental.

Los medios no informaban *sobre* la grieta: estaban *dentro* de ella, construyendo y amplificando las narrativas de cada bando. Algunos tuits de *La Nación*, formulados como encuestas pero diseñados para movilizar políticamente a sus lectores, se convirtieron en los más retuiteados de todo el caso. Un ejemplo paradigmático de cómo el periodismo partidizado usa las herramientas de las redes para profundizar la polarización más que para informar (Figura 1).

Figura 1*: Tuit de La Nación por marcha de Nisman.*



Fuente: Tomado de Calvo (2015b).

A este mecanismo estructural se sumaba la acción deliberada de actores que buscaban profundizar el conflicto. Calvo (2015d) identifica en el caso #Nisman la presencia de trolls, fakes y bots, es decir cuentas falsas o semi-profesionales cuya función no era convencer sino agredir, desestabilizar y amplificar el antagonismo. Su huella digital los distingue de los

usuarios comunes: siguen a una gran cantidad de cuentas pero tienen pocos seguidores propios, son voraces en su actividad y agresivos en su tono. Aparecían en ambos bandos de la grieta y su presencia no era marginal: algunos de los tuits más viralizados del caso provenían de estas cuentas. Su existencia muestra que la polarización en Twitter no es solo el resultado de procesos estructurales impersonales sino que hay actores que deliberadamente la explotan y la profundizan para obtener réditos políticos.

El caso #Nisman revela que las redes sociales, y Twitter en particular, no sólo reflejan la polarización existente -afectiva y/o ideológica- de los usuarios: Estas la potencian. La polarización está codificada en la arquitectura misma de las redes sociales, que segrega a los usuarios en comunidades impermeables entre sí, concentra el poder comunicacional en pocas manos -al cuál existe una desigual posibilidad de acceso-, y convierte a cada evento político en un campo de batalla donde dos narrativas irreconciliables se refuerzan mutuamente sin jamás encontrarse.

La forma en la que la muerte del fiscal Nismán fue procesada en Twitter no fue un fenómeno excepcional sino la expresión de las consecuencias de la forma en la que están estructuradas las redes sociales. Como veremos a continuación, el caso #Maldonado en 2017 durante el gobierno de Mauricio Macri volvió a reflejar el mismo carácter de la esfera pública virtual.

4.2.2 Caso #Maldonado

La desaparición de Santiago Maldonado el 1º de agosto de 2017, durante la represión a una protesta de la comunidad mapuche de Cushamen, provincia de Chubut, en el marco del gobierno de Mauricio Macri, y el posterior hallazgo de su cadáver el 17 de octubre de ese año, configuró un caso elocuente que muestra cómo se procesa y propaga la información en redes sociales. Además de permitir observar la relación que los usuarios establecen con distintos medios tradicionales ante eventos que atraen la atención pública por el grado de controversia política que despiertan, el caso #Maldonado pone en evidencia las batallas discursivas que tienen lugar en ambos lados de la grieta. Durante ese período, dirigentes de la oposición, funcionarios del gobierno nacional, medios tradicionales y celebridades mediáticas intervinieron en las redes, promoviendo hashtags que reflejaban argumentos cultural y cognitivamente congruentes con las percepciones de los usuarios de sus respectivas comunidades, en las que actuaban como autoridades consolidadas.

El caso tuvo dos momentos diferenciados: uno de alta intensidad y protagonizado por usuarios opositores desde la desaparición de Maldonado el 1ero de Agosto del 2017, y otro posterior a la entrevista de Jorge Lanata a Jones Huala en el programa PPT el 27 de Agosto de ese mismo año cuando los usuarios oficialistas comenzaron a disputar la narrativa de la oposición en Twitter.

Lo que el caso #Maldonado mostró con inmediatez fue que la geografía discursiva construida durante el kirchnerismo no había desaparecido con el cambio de gobierno: se había trasladado intacta al nuevo ciclo político. El análisis de Calvo y Aruguete (2020a) y Aruguete et al. (2021) sobre la red de Twitter durante los 78 días que siguieron a la desaparición de Maldonado -desde el 1 de agosto hasta el 18 de octubre de 2017, con más de 5,3 millones de tuits de 196.000 cuentas de alta actividad[11]- muestra dos comunidades separadas con la misma nitidez que en el caso #Nisman: una cercana al gobierno de Macri y otra opositora, cada una con sus propias autoridades, sus propios medios de referencia y sus propias narrativas sobre lo ocurrido en Cushamen. La promesa de fin de la grieta que había acompañado la llegada del macrismo al poder no había alterado en nada la estructura profunda de la polarización en las redes. Lo que había cambiado era el signo político de oficialismo y oposición, no la lógica de su funcionamiento.

De este modo, dentro de la red #Maldonado se configuraron dos comunidades ubicadas a cada lado de la grieta, cada una articulando relatos opuestos y en sintonía con las noticias de mayor circulación en Twitter. El sector afín al gobierno difundió principalmente enlaces a sitios como Clarín, Portal de Noticias, Infobae, TN y La Nación. Desde el oficialismo, la estrategia discursiva se orientó a señalar a la oposición como responsable de impulsar una operación política con fines electorales. Este encuadre fue replicado por la comunidad progubernamental en redes, donde circularon noticias que sostenían versiones alternativas sobre el paradero de Santiago Maldonado -como su supuesta presencia en Chile o en el norte del país- hipótesis que atribuían su muerte a actores vinculados a la protesta mapuche, e incluso cuestionamientos dirigidos a su hermano en relación con una presunta ocultación. Por su parte, la comunidad opositora sustentó sus argumentos en medios como El Destape, Página/12 y Minuto Uno, a partir de los cuales buscó consolidar un encuadre centrado en los

[11] La muestra fue construida a partir de la red de retuits del corpus original, reteniendo únicamente a los usuarios con al menos dos retuits y conservando el cluster conectado más grande. Se excluyeron así los usuarios con escasa actividad, cuya contribución a la red es marginal. Las posiciones de los actores en el mapa fueron estimadas mediante el algoritmo Fruchterman-Reingold en igraph-R, y las comunidades fueron identificadas mediante el algoritmo Walktrap, validadas cualitativamente a partir del análisis de las principales autoridades de cada cluster (Aruguete et al., 2021).

derechos humanos, caracterizando el caso como una desaparición forzada y atribuyendo responsabilidades tanto a la Gendarmería como al gobierno de Macri y al Poder Judicial, en particular por las demoras y las irregularidades detectadas en la investigación conducida por el juez federal Guido Otranto.

El análisis de Aruguete et al. (2021) sobre los links a medios compartidos durante el caso muestra que los tuits de Página/12 eran casi exclusivamente por usuarios del polo opositor al gobierno, mientras que TN concentraba sus links en el polo oficialista. La Nación, en cambio, aparecía compartida por usuarios conservadores pero también por moderados del centro del espectro político — un patrón que revela la diferente capacidad de penetración de cada medio más allá de su comunidad de pertenencia.

La confrontación de narrativas en torno al caso #Maldonado -una de las expresiones más intensas de la polarización durante las elecciones legislativas de 2017 en Argentina- puede entenderse simultáneamente como causa y consecuencia de una dinámica de segregación informativa. En este contexto, los usuarios tienden a exponerse a contenidos alineados con sus propias preferencias, reforzando así la gratificación que produce compartir marcos interpretativos y códigos comunes. Este proceso de circulación de mensajes incluye tanto artículos de medios tradicionales como de plataformas alternativas, lo que se traduce en una propensión diferenciada a enlazar contenidos provenientes de determinados medios, en función de la afinidad ideológica y/o política de cada comunidad.

En las primeras semanas posteriores a la desaparición, las referencias a Clarín y La Nación fueron escasas, en línea con la cobertura tardía de estos medios en la etapa inicial, aunque hacia fines de agosto -en coincidencia con la primera gran movilización que reclamó la aparición de Santiago y la entrevista de Lanata a Jones Huala- los vínculos dirigidos a Clarín crecieron de manera significativa hasta liderar la circulación y superar ampliamente a los que remitían a Página/12.

Los medios no son observadores externos de la polarización sino actores que la construyen activamente, alineados con uno u otro polo y produciendo encuadres que refuerzan las narrativas de sus respectivas comunidades. La partidización mediática no era un fenómeno kirchnerista, sino que era estructural al sistema de medios argentino.

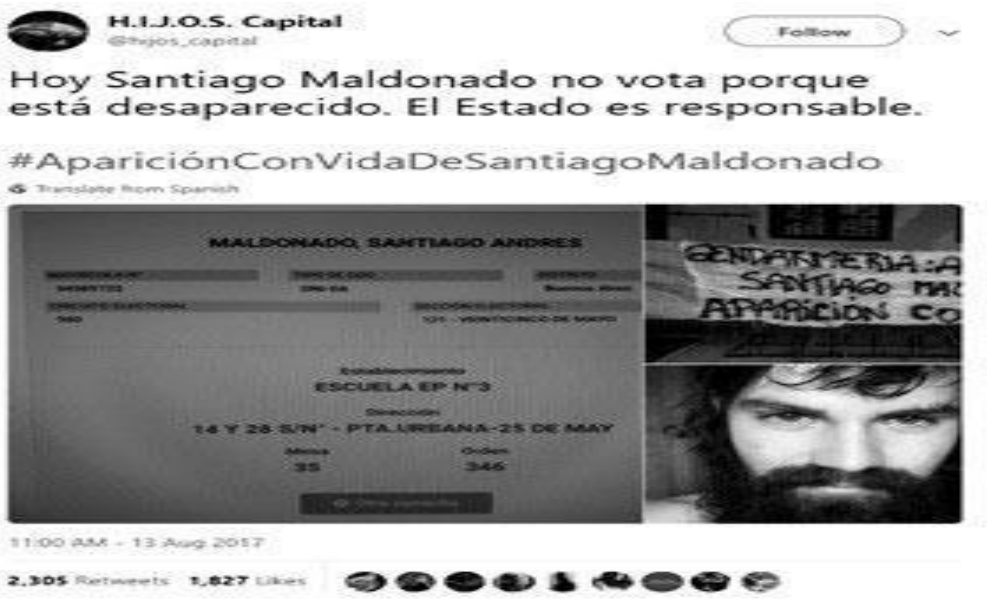
Un hallazgo adicional de Aruguete et al. (2021) merece atención porque tiene implicancias tanto metodológicas como sustantivas. Los autores muestran que en el caso #Maldonado

existe una correlación positiva y estadísticamente significativa entre congruencia ideológica y saliencia del tema: los usuarios más ideológicamente comprometidos -los más opositores y más oficialistas en términos prácticos- son también los más activos en la red, compartiendo noticias a tasas considerablemente más altas que los usuarios moderados. En Argentina, esa correlación alcanza el valor de 0.92, la más alta de los tres países analizados en el artículo. El resultado es que las voces más extremas están sistemáticamente sobrerepresentadas en la conversación pública de Twitter, mientras que las posiciones moderadas -aunque presentes- tienden a perderse en el ruido de la red, incapaces de competir en volumen e intensidad con los ideólogos más radicalizados y congruentes de cada polo. Twitter no es entonces un espejo fiel de la opinión pública sino un amplificador selectivo que distorsiona la conversación en favor de los extremos. En ese sentido, las redes no solo reflejan la polarización existente: la producen y la profundizan, al hacer que la voz dominante en el espacio público digital sea precisamente la de quienes menos dispuestos están a tender puentes con el adversario.

Finalmente, Calvo y Aruguete (2020b) aportan un hallazgo clave para comprender la dinámica de la polarización: la centralidad de la dimensión afectiva en la circulación de contenidos políticos. Más allá de la congruencia o disonancia cognitiva con las propias creencias, los autores muestran que las reacciones emocionales que despiertan los mensajes son un factor decisivo para explicar su difusión. En este sentido, la polarización no opera únicamente en el plano racional, sino que moviliza respuestas afectivas -como enojo, tristeza o asco- que estructuran tanto la interpretación de los hechos como la disposición a actuar frente a ellos.

Para demostrar este punto, realizaron un experimento con 2.087 encuestados en septiembre de 2017 -entre las PASO de agosto y la aparición del cuerpo- en el que presentaron a los participantes un tuit real de H.I.J.O.S. Capital que indicaba el lugar de votación de Santiago Maldonado junto a la leyenda “Hoy Santiago Maldonado no vota porque está desaparecido. El Estado es responsable”(ver Figura 2).

Figura 2*: Tuit de H.I.J.O.S sobre Maldonado.*



Fuente: Elaboración propia en base a Calvo y Arguete (2020b).

Luego se les consultó tanto por la emoción que les generaba el mensaje como por su disposición a compartirlo, pudiendo elegir entre “Felicidad”, “”Enojo”, “Temor”, “Tristeza”, “Asco”, “Estrés”. Los resultados, resumidos en la Tabla IV, muestran que un 23% de los encuestados afirmó que retuitearía la publicación; sin embargo, esta cifra agregada oculta diferencias significativas según la reacción afectiva. Quienes reportaron tristeza (33%), enojo (39%) o temor (45%) presentaron las mayores tasas de retuiteo, mientras que entre quienes manifestaron asco (6%) o estrés (17%) estas fueron considerablemente menores.

***Tabla IV**. Emoción reportada por los encuestados y tasa de retuit.*

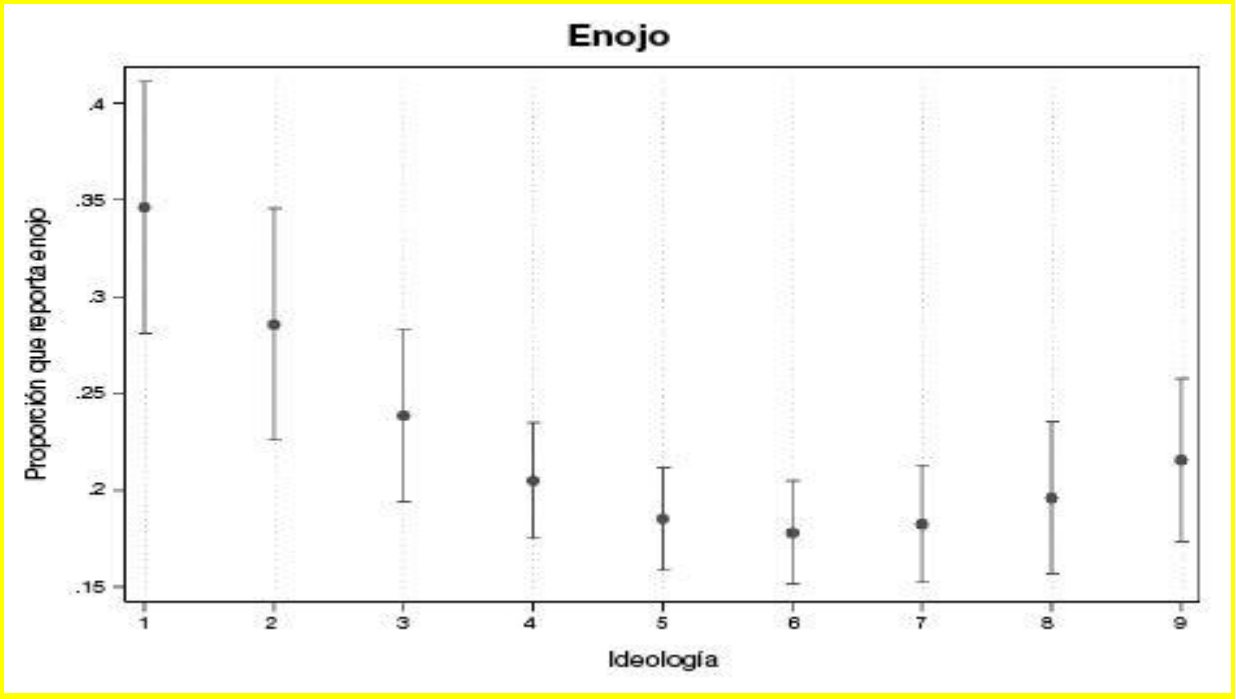
Emoción	No comparte el tuit	Comparte el tuit	Total
Contento	30	5	35
	85.7%	14.3%	100%

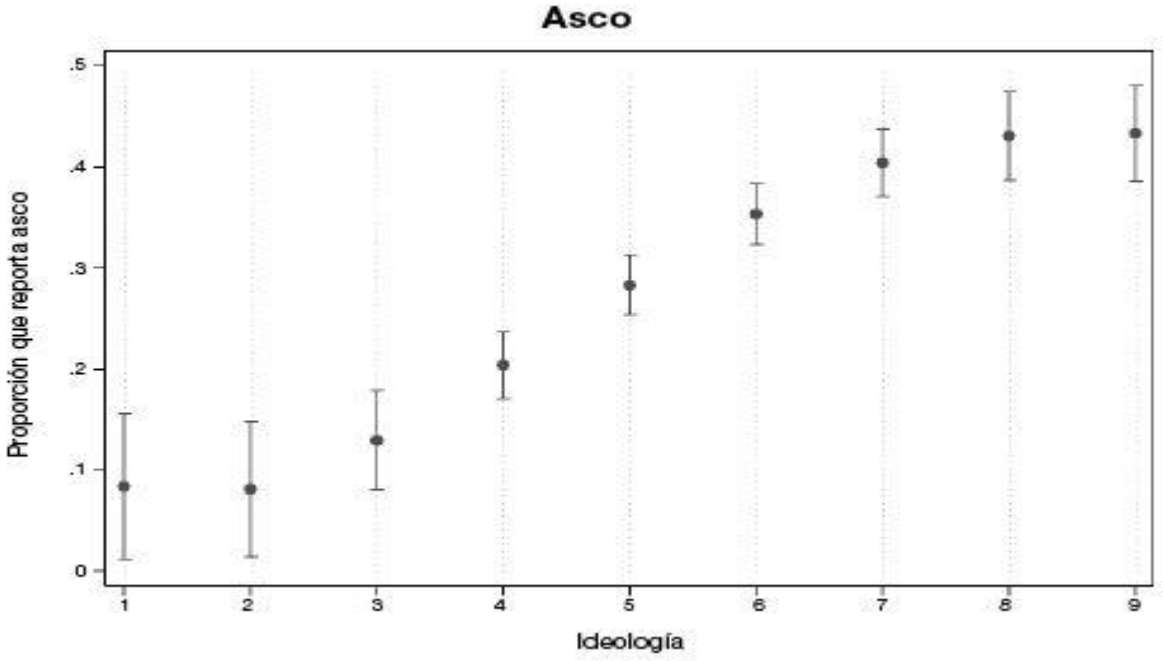
Enojado	258	167	425
	60.7%	39.3%	100%
Temeroso	59	49	108
	54.6%	45.4%	100%
Entristecido	430	214	644
	66.8%	33.2%	100
Asqueado	603	40	643
	93.7%	6.3%	100%
Estresado	223	9	232
	96.1%	3.9%	100%
Total	1603	484	2087
	76.8%	23.2%	100%

Fuente: Tomado de Calvo y Aruguete (2020b).

Ahora bien, esta activación emocional no se distribuye de manera homogénea, sino que refleja y refuerza clivajes políticos preexistentes. En particular, los autores muestran que el enojo se concentra relativamente más entre votantes de izquierda, mientras que el asco se vuelve el afecto distintivo entre votantes de derecha, marcando una brecha mucho más pronunciada que en otras emociones (ver Gráfico 1).

Gráfico 1*: Ideología y proporción de encuestados que reporta "enojo"o "asco" después de leer el tuit de H.I.J.O.S. Capital.*





Fuente: Tomado de Calvo y Aruguete (2020b).

Nota: El eje horizontal describe la posición ideológica reportada por los encuestados, siendo 1 la posición más de izquierda y 9 la más de derecha.

Por otro lado, las diferencias en el "enojo" resultan considerablemente más moderadas que las observadas en el "asco". Mientras que entre los votantes de izquierda un 35% declara sentirse enojado frente al tuit, esa proporción desciende al 20% entre los votantes de derecha -una brecha de apenas 15 puntos que, además, pierde significación estadística al considerar posiciones intermedias del espectro ideológico-. El enojo, por tanto, aparece como una reacción relativamente más extendida pero menos polarizante. En contraste, el "asco" exhibe una clara estructuración ideológica: más del 40% de los votantes de derecha reporta esta emoción, frente a apenas un 10% de los votantes de izquierda, configurando una diferencia de 30 puntos. En otras palabras, la grieta afectiva se manifiesta con mucha mayor intensidad en el asco que en el enojo cuando los individuos son expuestos al encuadre propuesto por H.I.J.O.S. Como sintetizan los autores, "la respuesta afectiva no constituye solo un alineamiento cognitivo […] sino, ante todo, una defensa encendida de las creencias propias ante los objetivos comunicacionales del 'otro'" (Calvo y Aruguete, 2020b, p. 48).

Por ende, la polarización en las redes sociales no solo implica desacuerdos sobre los hechos y/o fuentes de autoridad a las que recurrimos, sino también divergencias profundas en las

reacciones viscerales frente a ellos. Consecuentemente, la circulación de contenidos en redes sociales se ve impulsada no sólo por afinidades ideológicas y/o políticas, sino por la capacidad de los mensajes de activar emociones congruentes con la identidad política de los usuarios, reforzando la cohesión interna de cada comunidad y la distancia con el "otro".

4.2.3 La emergencia de la ultraderecha en las redes sociales

La llegada de Alberto Fernández al poder y la declaración de la emergencia sanitaria tuvieron un impacto dispar en la población. Incluso en el momento de mayor apoyo hacia el gobierno y las medidas sanitarias, kirchneristas y antikirchneristas percibían de forma radicalmente distinta los riesgos que el virus representaba: los votantes del Frente de Todos priorizaban el riesgo sanitario y minimizaban el económico, mientras que los votantes de Juntos por el Cambio hacían exactamente lo opuesto, en perfecta sintonía con los encuadres comunicacionales de cada partido (Aruguete y Calvo, 2020a, 2020b). La pandemia no suspendió la grieta sino que la profundizó, extendiendo la polarización afectiva hacia dominios que hasta entonces parecían ajenos a la política partidaria. Cuando las restricciones se levantaron y la crisis económica se agudizó, ese estado de tensión acumulada -ya no solo político sino también sanitario, económico y social- sedimentó en amplias franjas del electorado un hartazgo y un resentimiento hacia la clase política que ninguno de los actores del sistema tradicional supo canalizar. Fue en ese terreno que Javier Milei construyó su irrupción.

Diversos análisis han caracterizado la campaña presidencial del 2023 de Javier Milei como la primera experiencia "algorítmica" en la Argentina (Vilker, 2023), en la medida en que logró aprovechar de forma particularmente eficaz las lógicas y herramientas propias de las redes sociales, desplazando el peso que tradicionalmente tenía el anclaje territorial en la competencia política. En este sentido, su despliegue en redes sociales resulta particularmente significativo: lejos de ser un mero canal de difusión, estas plataformas operaron como un espacio privilegiado para la activación, amplificación y circulación de emociones -especialmente negativas, como el resentimiento o la ira- que no sólo estructuraron la interpretación de la realidad política, sino que también configuraron identidades colectivas y comportamientos.

Muchos consultores y encuestadores destacaron durante la campaña electoral que la adhesión de una porción significativa de los votantes hacia Milei no se debía a su programa de

gobierno o sus ideas económicas sino más bien pese a ellas (Vilker, 2023; Zubán-Córdoba, 2023). En ese sentido, la capacidad de Milei de representar el hartazgo, el odio y el resentimiento de buena parte del electorado hacia la clase política, y en especial -dentro del polo antikirchnerista- hacia el kirchnerismo y sus representantes generó un importante atractivo en su figura.

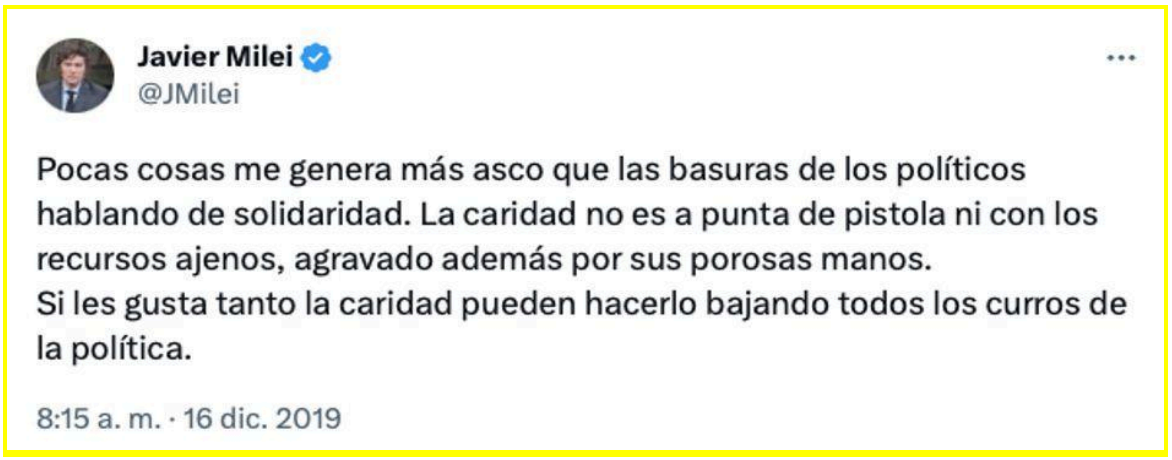
A partir del análisis cualitativo de de las publicaciones de Milei en tres plataformas (Twitter, Instagram y TikTok), 640 tweets, 320 posteos de Instagram, y 8 videos de Tiktok, Montero (2024) buscó explorar la dimensión afectiva del discurso de Milei y la forma en la que estos afectos se movilizaron en las redes sociales durante la campaña. Mientras que en Twitter en los posteos de Milei predominaron las emociones negativas, en las redes sociales más visuales como Instagram o Tiktok predominaron las positivas.

El fenómeno de Milei y La Libertad Avanza trasciende ampliamente el uso individual de las plataformas digitales. Como señala Montero (2024), las redes de Milei como usuario individual no alcanzan para explicar su potencia: existen infinidad de redes adyacentes que le dieron forma a la comunidad virtual libertaria y que, en distintas plataformas, soportes y géneros -YouTube, tweets en X, vivos de Instagram, cuentas no orgánicas de TikTok- contribuyeron a alimentar y amplificar el fenómeno. Milei es además un político multimediático que circula por televisión, radio, teatro y libros, lo que nutre sus redes de contenidos producidos fuera de ellas (Saferstein, 2023). Sin embargo, aun con esas precauciones, su campaña digital implicó un giro radical en los modos de producción y circulación de intercambios discursivos en el espacio público virtual. Lo que distingue al fenómeno libertario de experiencias políticas anteriores no es solo la intensidad de su presencia en redes sino la naturaleza del vínculo emocional que esas redes construyeron con sus seguidores.

En X -la plataforma más hiper e intertextual, que habilita la polémica directa, la interpelación uno a uno y la reapropiación de la palabra del adversario- predominaron en el discurso de Milei las emociones negativas: el resentimiento, la humillación y el asco (Montero, 2024). El mecanismo central fue la construcción de la "casta" como adversario cargado de atributos morales que expandían el odio y el rechazo. Las publicaciones de Milei definían ese colectivo con una precisión acusatoria que buscaba activar emociones negativas antes que provocar una reflexión o entablar un diálogo con su adversario retórico[12] (ver Figura 3 y 4).

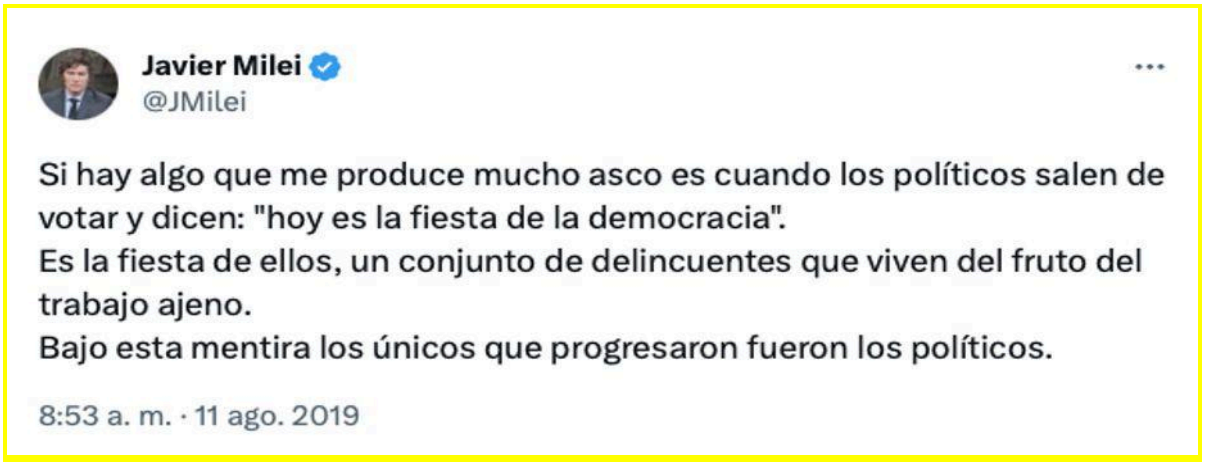
[12] El asco no fue una emoción movilizada durante la campaña de Milei: ninguna publicación

***Figura 3**: Tui de Milei atacando a los políticos.*



Fuente: Tomado de Montero (2024).

***Figura 4**: Tuit de Milei atacando a los políticos.*



Fuente: Tomado de Montero (2024).

A ese adversario colectivo Milei sumaba la interpelación directa a sus rivales electorales concretos, mencionándolos con su @ y llamándolos "mentiroso", "embustero", "empobrecedor", en lo que Montero (2024) describe como un mecanismo de contra-destinación directa que incentivaba el clima de descontento y resentimiento. Esta estrategia discursiva no era nueva en la política argentina, pero Milei la desplegó con una

---

menciona esa emoción y la iconografía no construye a la casta como un sujeto repulsivo. El "asco" que provocan los políticos (y por extensión los zurdos, los progres y la casta, como puede verse en el corpus), calificados como basuras, conjunto de delincuentes portadores de porosas manos y a cargo de los curros de la política, fue, en cambio, un motivo recurrente antes de la campaña, como puede verse en las capturas que se adjuntan, correspondientes al año 2019.

intensidad y una sistematicidad sin precedentes en el espacio digital, y sobre un electorado que ya estaba afectivamente predispuesto a recibirla (ver Figura 5 y 6).

***Figura 5**: Tuit de Milei llamando empobrecedor a Massa.*



Fuente: Tomado de Montero (2024).

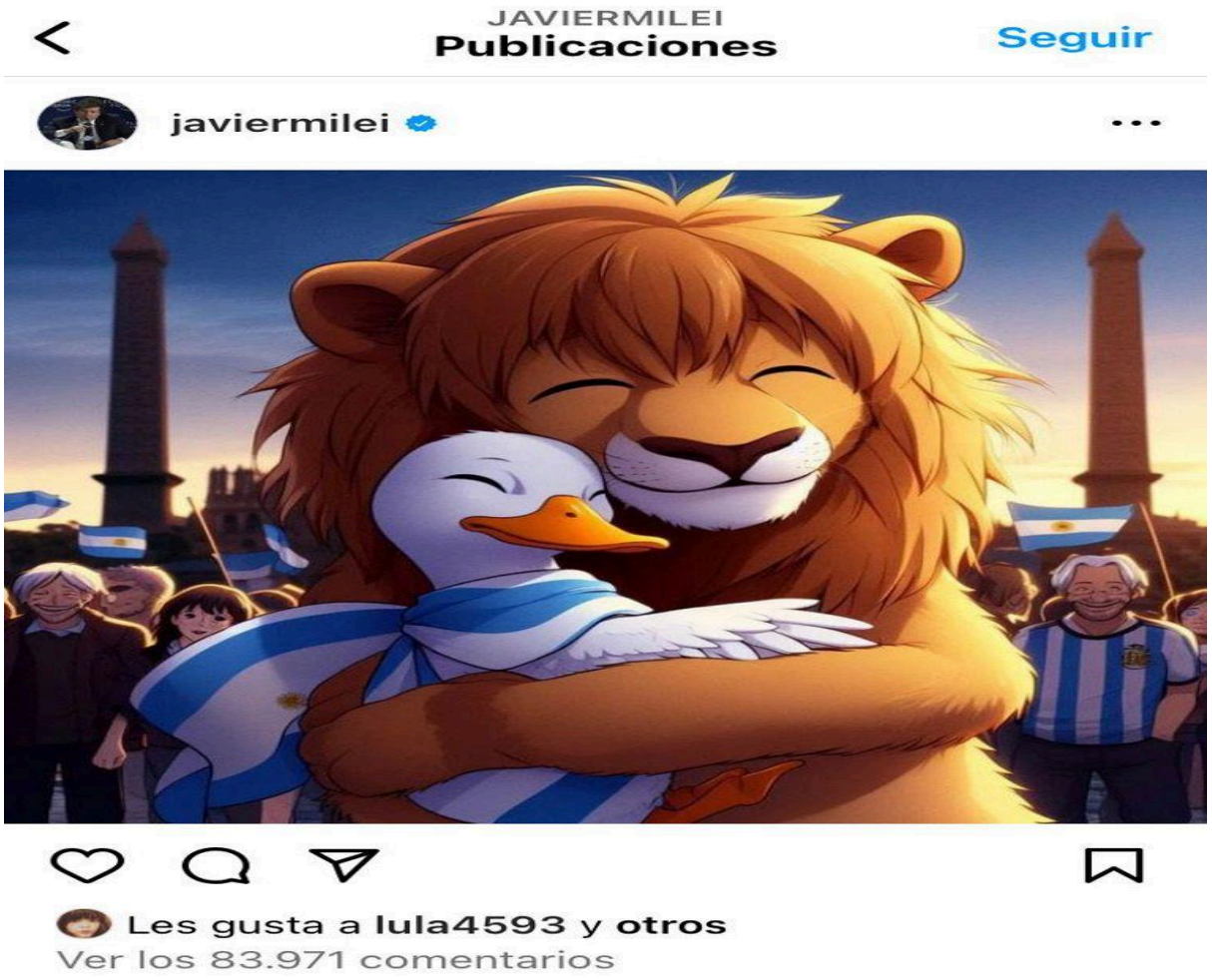
***Figura 6**: Tuit de Milei llamando mentiroso a Massa.*



Fuente: Tomado de Montero (2024).

Sin embargo, el dispositivo emocional del discurso libertario no se agotaba en las emociones negativas. En las plataformas audiovisuales -Instagram y TikTok- predominaron las emociones positivas: escenas de movilizaciones masivas, actos triunfalistas, imágenes del candidato acompañado por sus seguidores, memes, viñetas y fotos personales que construían un Milei más humano y menos político (ver Figura 7) (Montero, 2024).

Figura 7: *Foto de Instagram de Milei*



Fuente: Tomado de Montero (2024).

Esta asimetría entre plataformas no era casual sino estratégica: mientras X funcionaba como espacio de confrontación y demarcación del enemigo, Instagram y TikTok operaban como espacios de cohesión interna y construcción de identidad colectiva. Las dos dimensiones eran complementarias: el "ellos" repugnante de X y el "nosotros" exaltado de Instagram y TikTok formaban juntos la arquitectura emocional de la comunidad libertaria. Como resume Montero (2024), se trataba de un discurso emocionalmente productivo que sintonizaba con una sociedad en un doble estado de desafección y afectación política: un estado de rechazo a la política y resentimiento que Milei supo leer y al mismo tiempo alimentar.

4.2.3 Recapitulación

Los tres momentos analizados en este apartado configuran en conjunto una trayectoria coherente. En el caso #Nisman (2015) las redes sociales mostraron su capacidad para

segregar a los usuarios en comunidades informativas impermeables, donde cada bando recibía una avalancha de evidencia que confirmaba su narrativa y casi nada que la cuestionara. En el caso #Maldonado (2017) esa segregación reveló su dimensión afectiva profunda: el mismo mensaje activaba emociones radicalmente distintas según la identidad política del receptor, y el asco -la emoción más refractaria al diálogo- diferenciaba a los votantes con una intensidad que el enojo no alcanzaba. En el tercer momento, que abarca el gobierno de Alberto Fernández y la irrupción de Milei entre 2019 y 2023, la polarización afectiva acumulada durante una década llegó a colonizar la percepción del riesgo sanitario y sedimentó en el electorado un estado de desafección y resentimiento que el sistema político tradicional no supo canalizar. En ese terreno, Milei construyó en las redes una comunidad política nueva, basada en el resentimiento hacia la casta, el asco hacia el adversario y la identificación positiva con un "nosotros" libertario, capitalizando y profundizando la polarización afectiva entre kirchneristas y antikirchneristas. Ese proceso acumulativo de polarización informativa y emocional que tuvo lugar en los medios de comunicación tradicionales y en las redes sociales constituyó, en los términos de esta tesis, una condición facilitadora del surgimiento y éxito político de Javier Milei como representante de una derecha radical argentina.

5. Conclusión

La presente investigación se propuso indagar la relación entre la polarización política y el surgimiento de la ultraderecha en la Argentina contemporánea. A partir del análisis realizado, puede afirmarse que los crecientes niveles de polarización -tanto afectiva como ideológica, y tanto entre las élites como entre el electorado- que el país experimentó desde 2008 generaron un escenario propicio para la emergencia y el éxito electoral de la derecha radical en 2023.

Lejos de constituir un fenómeno exógeno al sistema político, el ascenso de la ultraderecha debe entenderse como un producto -aunque no una consecuencia inevitable ni exclusiva- de la dinámica polarizadora que estructuró la competencia política y la esfera pública durante más de una década. La "grieta" no solo organizó el conflicto político en torno a identidades antagónicas, sino que erosionó los márgenes de moderación y compromiso mutuo entre las élites políticas que habían caracterizado a la etapa anterior. En ese contexto, las posiciones más radicales adquirieron creciente legitimidad como reacción y diferenciación frente al Otro, considerado como un enemigo, configurando un terreno fértil para discursos antisistémicos, violentos, y moralmente excluyentes. Si bien múltiples factores explican el ascenso de la derecha radical, la persistencia de una lógica política identitaria fue una condición habilitante clave para su éxito.

La literatura especializada identifica múltiples mecanismos a través de los cuales la polarización puede facilitar el ascenso de fuerzas radicales: la retórica polarizante de las élites políticas, la formación de identidades partidarias que absorben y reorganizan otras identidades sociales, y la fragmentación del ecosistema mediático y comunicacional. Esta tesis se concentró en el análisis empírico del tercero de esos mecanismos, por ser el que cuenta con mayor evidencia sistematizada para el caso argentino y el que permite establecer con mayor precisión los vínculos causales entre polarización y condiciones de posibilidad para el surgimiento de Milei. Los otros dos mecanismos -igualmente relevantes- quedan como objeto de investigaciones futuras.

El análisis del ecosistema mediático y digital argentino entre 2008 y 2023 muestra una trayectoria coherente de profundización de la polarización en tres dimensiones articuladas. En primer lugar, la partidización de los medios tradicionales produjo una escena mediática dividida donde cada polo contaba con sus propias autoridades informativas, sus propios

encuadres y sus propias narrativas sobre la realidad política, reduciendo progresivamente el espacio para posiciones intermedias. En segundo lugar, la masificación de las redes sociales amplificó y profundizó esa segregación informativa: como muestran los análisis de los casos #Nisman y #Maldonado, las plataformas digitales organizaron a los usuarios en comunidades impermeables entre sí, concentraron el poder comunicacional en pocas manos institucionales, y convirtieron cada evento político en un campo de batalla donde dos narrativas irreconciliables se reforzaban mutuamente sin jamás encontrarse. En tercer lugar, y de manera quizás más significativa, esa segregación reveló progresivamente su dimensión afectiva: la polarización argentina no era solo cognitiva sino anclada en emociones -en especial las negativas y particularmente el odio, asco y resentimiento hacia el adversario- que son por definición resistentes a la persuasión y refractarias al diálogo.

Fue en ese terreno -una esfera pública fracturada, una ciudadanía emocionalmente predispuesta al antagonismo y un electorado agotado por más de una década de conflicto permanente- que Javier Milei construyó su irrupción. El análisis del dispositivo emocional de su campaña digital muestra que Milei no inventó la polarización afectiva sino que la encontró acumulada y la canalizó con una eficacia que ningún actor político anterior había logrado: el resentimiento hacia la casta, el asco hacia el adversario y la identificación positiva con un "nosotros" libertario fueron los tres pilares de una arquitectura emocional que las redes sociales hicieron posible a escala masiva. En ese sentido, la polarización no fue simplemente el contexto en que emergió Milei sino su condición, o al menos una de sus condiciones, de posibilidad más inmediata.

Esta investigación sostiene, en síntesis, que la relación entre polarización y ultraderecha en Argentina no es meramente contingente: la primera creó el entorno propicio para la emergencia de la segunda. Sin embargo, esa relación no es mecánica ni inevitable. La polarización fue una condición facilitadora que, combinada con el colapso económico del gobierno de Alberto Fernández y el agotamiento de las opciones políticas tradicionales, habilitó el ascenso de Milei a la presidencia. Comprender ese mecanismo no es solo un ejercicio académico: es un paso necesario para pensar cómo intervenir sobre las condiciones que hacen posible el éxito de discursos que cuestionan los límites normativos de la democracia liberal.

5.1 Relevancia

Desde una perspectiva teórica, el trabajo contribuye al incorporar explícitamente la Teoría de la Identidad Social al estudio de la polarización en Argentina, un enfoque que la literatura local rara vez utiliza para analizar la dinámica de la "grieta". Al articular ese marco con la literatura sobre ecosistemas mediáticos y redes sociales, la investigación ofrece una lectura integrada de la polarización afectiva que conecta sus bases psicológicas con los mecanismos estructurales que la producen y la profundizan. Una integración que los estudios sobre el caso argentino suelen abordar de manera fragmentada.

En términos empíricos, la investigación contribuye a documentar de manera sistemática cómo el ecosistema comunicativo argentino -la partidización de los medios tradicionales y la segregación algorítmica de las redes sociales- operó como condición facilitadora del ascenso de Milei. Al articular tres momentos empíricos -los casos #Nisman (2015), #Maldonado (2017) y el activismo libertario en redes sociales para el período 2019-2023- el trabajo muestra una trayectoria coherente en la que la polarización de los medios de comunicación y las redes sociales crearon el terreno en el cual un outsider antisistema pudo construir una comunidad política masiva y volverse un candidato competitivo. Este aporte es especialmente relevante porque la literatura sobre el ascenso de Milei tiende a privilegiar explicaciones económicas o de liderazgo personal, dejando en segundo plano el rol del ecosistema mediático y digital en la polarización y radicalización del electorado.

5.2 Agenda futura

En primer lugar, sería valioso abordar los otros dos mecanismos causales identificados en la literatura pero no analizados empíricamente en esta tesis: la retórica polarizante de las élites políticas y la formación de megaidentidades políticas que absorben y reorganizan otras identidades sociales. Analizar en qué medida y de qué manera la retórica de CFK, Macri, Bullrich y Milei contribuyó activamente a profundizar la polarización afectiva -y cómo ese proceso se articuló con la homogeneización social de los electorados de cada coalición- permitiría construir una explicación más completa del fenómeno estudiado en esta tesis.

En segundo lugar, sería necesario desarrollar investigaciones empíricas propias sobre el caso argentino que permitan establecer relaciones causales más precisas entre las variables analizadas. En particular, encuestas longitudinales que midan la evolución de la polarización

afectiva en relación con el consumo de medios y el uso de redes sociales, o experimentos que permitan aislar el efecto específico de la exposición a contenido mediático polarizante sobre las actitudes hacia el adversario político, contribuirían a superar las limitaciones metodológicas señaladas en esta investigación.

En tercer lugar, sería relevante profundizar en el análisis diferenciado de las distintas plataformas digitales y su impacto específico sobre los usuarios. En este trabajo, X, Instagram y TikTok fueron abordadas de manera conjunta bajo la categoría de 'redes sociales', sin embargo, cada una presenta lógicas algorítmicas, formatos y dinámicas de interacción que pese a compartir algunas características comunes, son distintas. Mientras que X tiende a favorecer el debate político de alta intensidad emocional, Instagram responde a una lógica más visual, privada y de comunidad, y TikTok optimiza su algoritmo hacia la retención del usuario mediante contenido personalizado, lo cual no necesariamente deriva en los mismos efectos de radicalización. Resulta, por tanto, menester examinar en qué medida cada plataforma produce efectos diferenciados sobre las actitudes políticas de los usuarios, evitando así la homogeneización analítica de entornos digitales que operan bajo principios diferentes pese a sus similitudes.

En cuarto lugar, una perspectiva comparada que contraste el caso argentino con otros procesos de ascenso de derechas radicales en América Latina -en particular Brasil- y en democracias occidentales permitiría evaluar en qué medida los medios de los medios y las redes sociales contribuyen al ascenso de estas o si este fenómeno es específico al caso argentino. La pregunta de si la polarización actúa como condición facilitadora universal del ascenso de outsiders antisistema, o si ese rol depende de características específicas de cada sistema político y mediático, es uno de los debates más relevantes de la ciencia política contemporánea y el caso argentino ofrece evidencia valiosa para contribuir a él.

Finalmente, una línea transversal de investigación futura podría analizar los efectos de la polarización sobre el funcionamiento del Estado y la calidad de las políticas públicas -examinando si la polarización genera incentivos a la obstrucción legislativa, al uso faccioso de las instituciones o a la parálisis decisional-, y en qué medida ello contribuye a la erosión de la confianza ciudadana en la democracia. Esta línea conecta el argumento de esta tesis con los debates más amplios sobre erosión democrática y retroceso autoritario en democracias contemporáneas.

Bibliografía

-Abramowitz, A. (2015). “The Rise of Affective Polarization in the American Electorate”. En J. Green, D. Coffey, y D. Cohen *The state of the parties: The changing role of contemporary American parties*. New York: Rowman & Littlefield. (21-36).

-Abramowitz, A. y Webster, S. (2016). “The rise of negative partisanship and the nationalization of US elections in the 21st century”. Electoral Studies, Vol. 41 Nº1 (12-22).

-Adet Larcher, N. (2023, 9 de Noviembre). “”Ya van a ver cuándo gane Milei”: impresionante crecimiento de la violencia política en 2023”. Agencia Paco Urondo: https://www.agenciapacourondo.com.ar/relampagos/ya-van-ver-cuando-gane-milei-impresionante-crecimiento-de-la-violencia-politica-en-2023

-Aruguete, N., Calvo, E. y Ventura, T. (2021). “News by Popular Demand: Ideological Congruence, Issue Salience, and Media Reputation in News Sharing”. International Journal Press/Politics, Vol. 28, Nº3 (1-22).

-Balsa, J. (2024a). “Capítulo IV: El retorno recargado de las ideas neoliberales y la resistencia de la perspectiva nacional-popular”. En J. Balsa *¿Por qué ganó Milei?: Disputas por la hegemonía y la ideología en Argentina*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica Argentina.

-Balsa, J. (2024b). “Capítulo III: “La reacción ante el progresismo”. En J. Balsa *¿Por qué ganó Milei?: Disputas por la hegemonía y la ideología en Argentina*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica Argentina.

-Bougher, L. D. (2017). “The Correlates of Discord: Identity, Issue Alignment, and Political Hostility in Polarized America.” Political Behavior Vol. 39. Nº3 (731–762).

-Calvo, E. (2015a). “Tuiteando #Nisman: El primer Tuit”. En E. Calvo *Anatomía Política de Twitter Argentina* (pp. 19-44). Buenos Aires: Capital Intelectual.

-Calvo, E. (2015b). “Diablos y Demonios”. En E. Calvo *Anatomía Política de Twitter Argentina* (pp. 45-67). Buenos Aires: Capital Intelectual.

-Calvo, E. (2015c). “!Diálogos Tuiteros!”. En E. Calvo *Anatomía Política de Twitter Argentina* (pp. 69-85). Buenos Aires: Capital Intelectual.

-Calvo, E. (2015d). “Trolls, fakes y la guerra de trincheras de las redes sociales”. En E. Calvo *Anatomía Política de Twitter Argentina* (pp. 87-117). Buenos Aires: Capital Intelectual.

-Calvo, E., Kessler, G., Murillo, M. V. y Vommaro, G. (2024). “La derecha y su grieta: No los une el espanto”. Revista Anfibia. Disponible en https://www.revistaanfibia.com/no-los-une-el-espanto/

-Calvo, E. y Aruguete y N. (2020a). “Capítulo 8: Autoridades en la niebla: enlaces a (y ausencias de) medios en la red #Maldonado”. En E. Calvo y Aruguete, N. *Fake News, Trolls y Otros Encantos*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

-Calvo, E. y Aruguete, N. (2020b). “Capítulo 3: Te amo te odio dame más: activación afectiva y propagación de mensajes”. En E. Calvo y Aruguete, N. *Fake News, Trolls y Otros Encantos*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

-Canton, D. y Jorrat, R. (2002). “Economic Evaluations, Partisanship and Social Bases of Presidential Voting in Argentina, 1995 and 1999”. International Journal of Public Opinion Research, Vol. 14, Nº4 (pp. 413-427).

-Chadwick, A. (2011). “The Political Information Cycle in a Hybrid News System: The British Prime Minister and the 'Bullygate' Affair*”*. The International Journal of Press/Politics, Vol. 16, Nº1 (pp. 3–29).

-CNN (2023, 27 de septiembre). “Patricia Bullrich en CNN: "El kirchnerismo es el chavismo de Argentina; es Maduro, es Ortega"”. CNN: https://cnnespanol.cnn.com/2023/09/27/bullrich-entrevista-conclusiones-kirchnerismo-argentina-orix

-Cruz, F. (2021). “Cuando la grieta derrama desde arriba. Bicoalicionismo y competencia política polarizada en Argentina”. En L. Quevedo e I. Ramírez *Polarizados ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)*. Capital Intelectual.

-Cohen, G. L. (2003). “Party Over Policy: The Dominating Impact of Group Influence on Political Beliefs”. Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 85, Nº5 (808-822).

-Converse, P. (1964). “The Nature of Belief Systems in Mass Politics”. En D. Apter *Ideology and Discontents* (206-261). New York: The free press of Glencoe.

-Comellas, J. M. y Torcal M. (2023). “Ideological identity, issue-based ideology and bipolar affective polarization in multiparty systems: The cases of Argentina, Chile, Italy, Portugal and Spain”. Electoral Studies, Vol. 83 (pp. 1-11).

-Crouch, C. (2004). “¿Qué es la posdemocracia?”. En C. Crouch *La posdemocracia*. Madrid: Taurus.

-Dalton, R. J. (2008). “The quantity and the quality of party systems: party system polarization, its measurement and its consequences”. Comparative Political Studies Vol. 41. Nº7 (pp. 899-920).

-Digital Democracy Institute of the Americas, (2024, 22 de enero). “Digital Disruption: Milei’s Online Path to the Presidency”. DDIA: https://ddia.org/en/digital-disruption-mileis-online-path-to-the-presidency?utm_source=chatgpt.com

-Dubet, F. (2020). “Capítulo 4: Iras e indignaciones”. En F. Dubet *La época de las pasiones tristes. De cómo este mundo desigual lleva a la frustración y el resentimiento, y desalienta la lucha por una sociedad mejor.* Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

-DW. (2024, 4 de abril). “El 90% de los españoles desconfía de los partidos políticos”. DW: https://www.dw.com/es/el-90-de-los-espa%C3%B1oles-desconf%C3%ADa-de-los-partidos-pol%C3%ADticos-seg%C3%BAn-encuesta-de-eurobar%C3%B3metro/a-57351410

-El Mostrador (2024, 20 de marzo). “Estudio revela alta polarización política y desconfianza total en el Congreso”. El Mostrador: https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2024/03/20/estudio-revela-alta-polarizacion-politica-y-desconfianza-total-en-el-congreso/

-Fiorina, M. y Abrahams, S. (2008). “Political Polarization in the American Public”. Annual Review of Political Science, Vol. 11 (pp. 563-588).

-Forti, S. (2024). “Capítulo 2: ¿Qué son las extremas derechas 2.0?”. En S. Forti *Democracias en extinción: El espectro de las autocracias electorales*. España: Akal.

-Gené, M. y Vommaro, G. (2023a). “Capítulo 5: Apoyos empresarios por goteo: la descoordinación inesperada del gobierno de los CEO”. En Gené, M. y G. Vommaro *El sueño intacto de la centroderecha y sus dilemas después de haber gobernado y fracasado* (pp. 199-246). Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

-Gené, M. y Vommaro, G. (2023b). “Capítulo 2: A la derecha, radicales”. En Gené, M. y G. Vommaro *El sueño intacto de la centroderecha y sus dilemas después de haber gobernado y fracasado* (pp. 67-115). Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

-Gené, M. y Vommaro, G. (2023c). “Capítulo 1: ¿Hasta dónde llegó el cambio?". Gené, M. y G. Vommaro *El sueño intacto de la centroderecha y sus dilemas después de haber gobernado y fracasado* (pp. 21-64). Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

-Gervasoni, C. y De Leo, A. (2025). “La Confianza en el Gobierno Argentino: Operacionalización, Evolución y Correlatos (2001-2024)”. Revista SAAP, Vol. 19. Nº1 (pp. 13-48).

-Gibson, E. (1996). “Conservative Party Building: The UCEDE in Buenos Aires, 1983-1989”. En E. Gibson *Class and Conservative Parties: Argentina in Comparative Perspective.* Baltimore: John Hopkins University Press.

-Gold, T. (2017).”La Magnitud del Descontento y la Polisemia del Acontecimiento". En T. Gold *De redes y cacerolas: el ciclo de movilización anti-gubernamental en Argentina (2012-2013)*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional de San Martín. Disponible en Repositorio Institucional UNSAM: https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/793

-Hallin, D. y Echeverría, M. (2025). “Chapter 2: Media-systems in Latin America”. En A. Casero-Ripollés & P. C López-López (Editores) *The Routledge Handbook of Political Communication in Ibero-America* (pp. 32-48). London: Routledge.

-Inglehart, R. y Norris, P. (2016). “Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Have-Nots and Cultural Backlash”. HKS Faculty Research Working Paper Series (pp. 1-52).

-Iyengar, S., Sood, G. y Lelkes, Y. (2012). “Affect, not Ideology: A social identity perspective on polarization”. Public Opinion Quarterly, Vol. 76. Nº3 (pp. 405-431).

-Iyengar, S. y Westwood, S. J. (2015). ”Fear and Loathing across Party Lines: New Evidence on Group Polarization”. American Journal of Political Science, Vol. 59, No. 3 (pp. 690-707).

-Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N. y Westwood, S. (2019). “The origins and consequences of affective polarization in the United States”. Annual Review of Political Science, Vol. 22. (pp. 129-146).

-Kitzberger, P. (2011). “La madre de todas las batallas: el kirchnerismo y los medios de comunicación”. En Malamud, A. y M. D. Luca *La política en tiempos de Kirchner* (pp. 173-189). Buenos Aires: Eudeba.

-Kitzberger, P. y Schuliaquer, I. (2025). “Derechas radicales, medios, redes y plataformas: Un estado de la cuestión”. Revista Uruguaya de Ciencia Política, Vol. 34 (pp. 2-27).

-Kubin, E. y Von Sikorski, C. (2021). “The Role of (Social) Media in Political Polarization: A Systematic Review”. Annals of the International Communication Association, Vol. 45 (pp. 188-206).

-Levendusky, M. (2009). “The Microfoundations of Mass Polarization”. Political Analysis, Vol. 17 (pp. 162-176).

-Levendusky, M. (2013). “Why Do Partisan Media Polarize Viewers?”. American Journal of Political Science, Vol. 57, Nº3 (pp. 1-13).

-Levitsky, S. y Ziblatt, D. (2018). "Chapter 5: The Guardrails of Democracy". En S. Levitsky y Ziblatt, D. *How Democracies Die*. Crown Publishing. (pp. 97–117).

-Lipset, S. M. y S. Rokkan. (1967). “Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments. An Introduction.” En Lipset, S. M. y S. Rokkan P*arty Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives* (pp. 1–64). New York/London: Collier-Macmillan.

-Lucca, J. B. y Gunturiz, A. (2025). “Capítulo 1: El fenómeno Milei y una nueva coyuntura crítica de la democracia argentina”. En Delfino, A. y L. Lodi *El fenómeno MIlei: agendas y perspectivas.* Rosario: UNR Editora. (pp. 13-25).

-Manin, B. (1992): “Metamorfosis de la representación”. En M. Dos Santos *¿Qué queda de la representación política?* Venezuela: Nueva Sociedad.

-Mainwaring, S. y Torcal, M. (2005). ”La institucionalización de los sistemas de partidos y la teoría del sistema partidista después de la tercera ola democratizadora”. América Latina Hoy, Vol. 41 (pp. 141-173).

-Mason, L. (2015). “I disrespectfully agree: The differential effects of partisan sorting on social and issue polarization”. American Journal of Political Science. Vol. 59. Nº1 (pp. 128-145).

-Mason, L. (2016). “A cross-cutting calm: How social sorting drives affective polarization. Public Opinion Quarterly, Vol. 80. Nº1 (pp. 351-377).

-Mason, L. (2018). “Chapter 2: Using Old Words in New Ways”. En Mason L. *Uncivil agreement: How politics became our identity*. University of Chicago Press.

-Maravall, J. M. (1981). “Los apoyos partidistas en España: polarización, fragmentación y estabilidad”. Revista de Estudios Políticos, Vol. 23 (pp. 9-31).

-McCoy, J., Rahman, T. y Sommer, M. (2018). “Polarization and the Global Crisis of Democracy: Common Patterns, Dynamics, and Pernicious Consequences for Democratic Polities”. American Behavioral Scientist, Vol. 62. Nº1 (pp. 16-42).

-McCoy, J. (2024). “Latin America’s Polarization in Comparative Perspective”. Latin American Politics and Society, Vol. 66. Nº2 (pp. 161-178). Disponible en https://doi.org/10.1017/lap.2024.17

-Moncagatta, P. y Silva, P. (2024). “Recent trends in mass-level ideological polarization in Latin America. Latin America Politics and Society, Vol. 66. N°2 (pp. 24-46). Disponible en https://doi.org/10.1017/lap.2024.13

-Mora y Araujo, M. (1975). “La estructura social del peronismo: un análisis electoral interprovincial”. Desarrollo Económico, Vol. 14. Nº56 (pp. 699-718).

-Morresi, S. D. y Vicente, M. (2023). “Rayos en cielo encapotado: la nueva derecha como constante irregular en la Argentina”. En P. Semán, *Está entre nosotros: ¿De dónde sale y hasta dónde puede llegar la extrema derecha que no vimos venir?* Siglo XXI Editores. (46-87).

-Mouffe, C. (2003). “Capítulo 1: La democracia, el poder y lo político”. En C. Mouffe *La Paradoja Democrática* (pp. 17-32). Barcelona: Gedisa.

-Mudde, C. (2024). “Introducción”. En C. Mudde, *Populismo y derecha radical en el siglo XXI* (pp. 9-48). Rosario: UNR Editora.

-Murillo, M. V. y Oliveros, V. (2023). “Argentina 2023: La irrupción de Javier Milei en la política argentina”. Revista de Ciencia Política, Vol. 44. Nº2 (pp. 161-185).

-Murillo, M. V. y Visconti, G. (2017). “Economic performance and incumbents support in Latin America”. Electoral Studies, Vol. 45 (pp. 180–190).

-Obradovich, G. (2021). “Los inicios de la polarización política y social en Argentina. Repensando el conflicto agrario de 2008”. Postdata, Vol. 26. Nº2 (pp. 339-370).

-Oliveros, Virginia (2016). “Making it personal: Clientelism, favors, and the personalization of public administration in Argentina”. Comparative Politics, Vol. 48, Nº3 (pp. 373–391).

-Ostiguy, P. (2009). “Argentina´s Double Spectrum: Party System, Political Identities, and Strategies, 1944–2007”. University of Notre Dame (pp. 1-102). Disponible en: https://doi.org/10.7274/26126032.v1

-Pariser, E. (2011). “The Adderall Society”. En E. Pariser *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Nueva York: The Penguin Press.

-Quevedo, L. y Ramírez, I. (2021). “Claves del enfrentamiento político en Argentina”. En Luis Quevedo e Ignacio Ramírez (coord.) *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)* (pp. 7-27). Buenos Aires: Capital Intelectual.

-Reina, A., Barbieri, D. y Rodríguez Nardi, C. (2025). “¿Polarización o pluralidad? Un análisis de las creencias sociales en Argentina 2023-2024”. Revista Más Poder Local, Vol. 59 (pp. 50-74).

-Ramírez, I. y Casullo, M. (2021). “Anatomía de la polarización argentina” en Luis Quevedo e Ignacio Ramírez (coord.) *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)* (pp. 29-60). Buenos Aires: Capital Intelectual.

-Ramírez, I. y Falak, A. (2023). “Te amo, te odio: dame más. Polarización afectiva en la opinión pública argentina*”*. Revista SAAP, Vol. 17. Nº2. (pp. 361-397).

-Reynoso, D. (2023). “La naturaleza de la ideología política del electorado argentino”. Revista Argentina de Ciencia Política, Vol. 1. Nº30 (pp. 158-189).

-Roberts, K. (2013). “Reforma de mercado, (des)alineamiento programático y estabilidad del sistema de partidos en América Latina”. América Latina Hoy, Vol. 64 (pp. 163-191).

-Rodrik, D. (2017). “Populism and the Economics of Globalization”. Journal of International Business Policy.

-Rogowski, J.C. y Sutherland, J. L. (2016). “How ideology fuels affective polarization”. Political Behavior, Vol. 38. Nº2 (pp. 485-508).

-Rojo-Martínez, J. M. y Crespo-Martínez, I. (2023). “Lo político como algo personal: una revisión teórica sobre la polarización afectiva”. Revista de Ciencia Política, Vol. 43. Nº1 (pp. 25-48).

-Saferstein, E. (2023). “Entre libros y redes: la “batalla cultural” de las derechas radicalizadas. En P. Semán *Está entre nosotros: ¿De dónde sale y hasta dónde puede llegar la extrema derecha que no vimos venir?* Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

-Sani, G. y Sartori, G. (1980). “Polarización, fragmentación y competición en las democracias occidentales”. Revista del Departamento de Derecho Político (UNED), Vol. 7 (pp. 7-37).

-Sarsfield, R., Moncagatta, P. y Roberts, K. (2024). “Introduction: The New Polarization in Latin America”. Latin American Politics and Society, Vol. 66. Nº2 (pp. 1-23). Disponible en https://doi.org/10.1017/lap.2024.15

-Sartori, G. (1976). “Chapter six: Competitive Systems”. En G. Sartori *Parties and Party Systems: A Framework for Analysis*. New York: Cambridge University Press.

-Semán, P. y Welschinger, N. (2023). “Juventudes mejoristas y el mileísmo de masas. Por qué el libertarismo las convoca y ellas responden”. En P. Semán, *Está entre nosotros: ¿De dónde sale y hasta dónde puede llegar la extrema derecha que no vimos venir?* (pp. 178-222). Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

-Schuliaquer, I. (2018). “Capítulo 4: La Comunicación Política del Kirchnerismo en la Argentina (2003-2015)”. En I. Schuliaquer, *La negociación de las escenas mediáticas : los gobiernos de izquierda y los grandes grupos mediáticos nacionales en América del Sur. Los casos de Argentina (2003-2015) y Uruguay (2005-2015)*” (pp. 187-256). Tesis doctoral. Universidad de Buenos Aires: Argentina.

-Schuliaquer, I. (2020). "Les enjeux politiques et économiques des médias en Amérique du Sud”. Annuaire Français de Relations Internationales, Vol. 21 (pp. 809-826).

-Schuliaquer, I. y Vommaro, G. (2020). “Introducción: Polarización política, los medios y las redes. Coordenadas de una agenda en construcción”. Revista SAAP, Vol. 14, Nº 2 (235-247).

-Sendra, M. y Ortíz, P. (2022). “Can Argentines Be Programmatic Voters? Assessing the Influence of Policy Preferences in Argentine Coalitions Using the Propensities to Vote”. Revista de Ciencia Política, Vol. 42. Nº3 (pp. 301-315).

-Sourjoun, G. (2024). “Del cajón de Herminio Iglesias a la motosierra de Javier Milei: una lectura de los desplazamientos del ethos político durante los 40 años de democracia”. Revista POSTData, Vol. 29. Nº1 (pp. 11-41). Disponible en https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/238603/CONICET_Digital_Nro.a5b6c956-dcc5-4680-a40e-8ae43af8d2e6_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y

-Sowter, L. (2024). “De la posconvertibilidad a la pandemia”. En A. Grimson *Desquiciados: Los vertiginosos cambios que impulsa la ultraderecha.* Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

-Stroud, N. J. (2010). “Polarization and partisan selective exposure”. Journal of Communication, Vol. 60. Nº 3 (pp. 556–576). Disponible en : https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x

-Sunstein, C. (2001). “Fragmentation and Cybercascades”. En C. Sunstein *Republic.com* Nueva Jersey: Princeton University.

-Tajfel, H., Billig, M. P. y Flament, C. (1971). “Social categorization and intergroup behaviour”. European Journal of Social Psychology, Vol. 1. N°2 (pp. 149-178).

-Tajfel, H. y Turner, J. (1979). “An Integrated Theory of Intergroupal Conflict”. En W. G. Austin y Worchel, S. (Editores) *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33-47). California: Brooks/Cole.

-Törnberg, P. y Chueri, J. (2025). “When Do Parties Lie? Misinformation and Radical-Right Populism Across 26 Countries”. The International Journal of Press/Politics, Vol. 31, Nº 2 (pp. 367-386).

-Vaca, P. (2023, 4 de septiembre). “La paradoja de Javier Milei: Gana por la desconfianza”. Clarín: https://www.clarin.com/opinion/paradoja-javier-milei-gana-desconfianza_0_WPcY5uvbZt.html?srsltid=AfmBOopqNdrN9oYH4yc2Yx7B0rdp4H54VTpR2XKRHnjK4qb8mZDDOXnv

-Vilker, S. (2023, 20 de noviembre). “Argentina: Milei acumuló gran capital antipolítico para ganar, ¿cómo hace para gobernar?”. Medios Públicos : https:// mediospublicos.uy/argentina-milei-acumulo-gran-capital-antipolitico-para-ganar-como-hace-para-gobernar

-Vommaro, G. y Morresi, S. (2014). “Unidos y diversificados: la construcción del partido PRO en la CABA”. Revista SAAP, Vol. 8. Nº2 (pp. 375-417).

-Vommaro, G. (2017). “¡A las armas, ciudadanos!: Los managers y el espíritu de trinchera”. En G. Vommaro *La larga marcha de Cambiemos: La construcción silenciosa de un proyecto de poder*. Buenos Aires: Siglo XXI.

-Vommaro, G. (2025). “Conservative Parties in Latin America in Adverse Time: The Rise of the Argentine PRO in Comparative Perspective”. En Borges, A., R. Lloyd y Vommaro, G. *The Recasting of Latin American Right: Polarizations and Conservative Reactions*. Cambridge University Press.

-Waisbord, S. (2018). “Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth”. Journalism studies, Vol. 19, Nº 13 (pp. 1866-1878). Disponible en: https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881

-Webster, S. W. y Abramowitz A. I. (2017). “The Ideological Foundations of Affective Polarization in the U.S. Electorate.” American Politics Research. Vol. 45. Nº4 (621–647).

-Woods, N. (2025, 6 de enero). “In 2024, a global anti-incumbent election wave”. Australian Strategic Policy Institute: https://www.aspistrategist.org.au/in-2024-a-global-anti-incumbent-election-wave/

-Zuazo, N. y Aruguete, N. (2021). “Polarización política o digital? Un ecosistema con todos los climas”. En L. A. Quevedo. y Ramírez, L. en *Polarizados: ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)* (pp. 122-138). Buenos Aires: Capital Intelectual.

-Zuban-Córdoba & Asociados (2023). “Informe: Juventudes y elecciones en Argentina”. Zuban- Córdoba & Asociados. https://zubancordoba.com/portfolio/informe-juventudes-yelecciones-argentina-2023