



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Grado en Relaciones Internacionales

Trabajo de Fin de Grado

JAVIER MILEI:

¿LA NUEVA CARA DEL POPULISMO ARGENTINO

O

UNA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA?

Alumno: Francisco Javier García-Ferriol Álvarez

Tutor: Carlos Miguel Rico Motos

Madrid, abril de 2025

RESUMEN

El 10 de diciembre de 2023, Argentina era protagonista de un hecho sin precedentes en su historia política moderna. Por primera vez, desde hace décadas, Argentina daba la espalda al bipartidismo y abría las puertas de la Casa Rosada a un nuevo presidente electo, Javier Milei. Contra todo pronóstico, pues no logró la mayoría en las PASO, el dirigente de Libertad Avanza era proclamado presidente de la República Argentina por la expresidenta, Cristina Fernández Kirchner, entre festejos y manifestaciones desde Tierra de Fuego hasta la Provincia de Salta. Su campaña política no dejó indiferente a nadie. Bajo el eslogan de acabar con la casta política, Milei irrumpió en el público más joven, atrayendo a las masas del Siglo XXI a través de redes sociales como Instagram o TikTok. Sus discursos retóricos, su capacidad de atracción y su definición como *outsider* del sistema hace que, para muchos, Javier Milei pueda ser la nueva imagen del populismo argentino de siempre.

Esta investigación tiene como fin desarrollar un análisis comparativo entre la campaña y el proyecto político de Javier Milei con otras campañas y proyectos precedentes que permitan ver las semejanzas y diferencias con otros líderes considerados populistas, centrándonos en nuestro caso en el matrimonio de Néstor y Cristina Kirchner.

Palabras Claves: *Argentina, Milei, Ideologías políticas, Kirchner, Populismo*

ABSTRACT

On 10 December 2023, Argentina was the protagonist of an unprecedented event in its modern political history. For the first time in decades, Argentina turned its back on the two-party system and opened the doors of the Casa Rosada to a newly elected president, Javier Milei. Against all odds, as he did not win a majority in the PASO, the leader of Libertad Avanza was proclaimed president of the Republic of Argentina by the former president, Cristina Fernández Kirchner, amidst celebrations and demonstrations from Tierra del Fuego to the province of Salta. His political campaign left no one indifferent. Under the slogan of putting an end to the political caste, Milei broke into the younger audience, attracting the masses of the 21st century through social networks such as Instagram or TikTok. His rhetorical speeches, his capacity for attraction and his definition as an outsider of the system, means that, for many, Javier Milei could be the new image of Argentine populism as it has always been.

The aim of this research is to develop a comparative analysis of Javier Milei's campaign and political project with other previous campaigns and projects that allow us to see the similarities and differences with other leaders considered populist, focusing in our case on the marriage of Néstor and Cristina Kirchner.

Key Words: *Argentina, Milei, ideological policies, Kirchner, Populism*

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Estado de la Cuestión: el populismo en el siglo XXI.....	2
1.2. Preguntas y objetivos de la investigación.....	4
1.3 Metodología y marco temporal.....	5
2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. ¿Qué es el populismo? Origen y evolución del término.....	6
2.2. Críticas al concepto de populismo.....	9
2.3. Teorías del populismo.....	10
2.3.1. Características del populismo.....	12
a) Los elementos del discurso populista.....	13
b) Tipología característica del populismo.....	14
3. ANÁLISIS DEL CASO.....	15
3.1. Argentina y el Populismo.....	15
a) Evolución del populismo en diferentes gobiernos.....	15
b) Relación de las clases populares y sindicatos.....	18
c) Nacionalismo económico y políticas sociales.....	20
3.2. Gobierno de Néstor y Cristina Kirchner.....	22
3.2.1. Contexto.....	22
a) El giro a la izquierda en América Latina y la tercera ola de populismo.....	22
b) La crisis de 2001 y el colapso del modelo neoliberal.....	23
3.2.2. Análisis de la campaña política y sus discursos.....	25
a) Elementos populistas de su discurso y liderazgo.....	25
b) Construcción del pueblo y el enemigo.....	29
3.3. Campaña y Gobierno de Javier Milei.....	31
3.3.1. Contexto.....	31
a) Crisis económica y desgaste de los partidos tradicionales.....	31
b) El auge del discurso antisistema.....	33
3.3.2. Análisis de la campaña política y sus discursos.....	34
a) Estrategia de comunicación y redes sociales.....	34
b) Análisis del discurso de la casta política y los argentinos de bien.....	37
4. DISCUSIÓN.....	40
5. CONCLUSIONES.....	43
6. BIBLIOGRAFÍA.....	46

1. INTRODUCCIÓN

La llegada de Javier Milei a la presidencia argentina ha marcado un antes y un después en la historia política del país. Por primera vez en la historia, aunque común en muchos otros estados de la región, como Perú, la Casa Rosada era ocupada por un *outsider* sin el respaldo legislativo frecuente de quien ostenta la presidencia de una nación. Su victoria puso en jaque un sistema electoral que parecía ser una barrera para este tipo de candidatos. La elección, a través de tres vueltas, y el sistema establecido para las primarias de los partidos (PASO), parecían consolidar una armadura de hierro para los partidos consolidados en el panorama político.

Para muchos, su victoria es un claro ejemplo de lo que puede pasar en los sistemas presidenciales, en donde la Presidencia y el Parlamento pueden no remar en la misma dirección. Juan Linz (1994), gran crítico de los sistemas presidenciales ya anunció que estos regímenes podrían dar lugar, con una mayor facilidad, a una parálisis legislativa cuando el candidato de un partido no cuenta con la mayoría en el Congreso. Un temor que provoca que la legislatura del actual presidente argentino sea una de las más débiles, en cuanto apoyo político, que se recuerdan en las antiguas provincias unidas del Río de la Plata. Sin embargo, su victoria no solo es diferente por el escaso apoyo en el Parlamento; su campaña electoral, sus discursos agresivos y su propio carácter, han hecho que la figura de Javier Milei se convirtiera en noticia en todos los rincones del mundo. La carrera política del presidente electo se consolidó en los programas de televisión, sin ningún tipo de estructura partidaria detrás que le diera apoyo, y de forma rápida, sin retrocesos. Una estrategia de campaña que, sin duda, no ha dejado indiferente a nadie, ¿quizás ahí esté su éxito?

Linz (1994) y Suárez (1982) defendían que en las elecciones presidenciales las cualidades personales de los candidatos eran altamente valoradas por la población a la hora de decidir su voto, sobre todo, en momentos de crisis en donde los partidos consolidados carecen de reconocimiento y prestigio. Este contexto favorece que los nuevos candidatos construyan un discurso muy duro y agresivo contra los partidos actuales, aprovechándose del sentir del pueblo para crear un rechazo que les permita hacerse hueco en la mente del electorado. De esta forma,

los outsiders, como analizaremos a lo largo de este trabajo, tienden a basar su discurso en una lucha contra la clase política existente y a presentarse como los salvadores y erradicadores de todo lo que ha conllevado a esas situaciones de crisis. Este marco discursivo se consolida en una de las grandes características del discurso populista, como defiende Ernesto Laclau (2005), sobre la cual, se construye una división entre el pueblo y las élites, a menudo para presentarse como los salvadores frente a una clase política corrupta o alejada de las necesidades de los ciudadanos.

1.1. Estado de la Cuestión: el populismo en el siglo XXI

Cas Mudde, politólogo neerlandés, apuntaba que el populismo no es un género nuevo y por eso mismo, no tiene una fecha de caducidad (2016). El concepto de populismo lleva experimentándose en el mundo desde el siglo XIX, cuando los partidos populistas agrarios nacieron en Alemania y Estados Unidos. Sin embargo, hoy en día aún no existe un consenso sobre cómo podemos definir el populismo. A pesar de que la literatura ha tratado este fenómeno desde sus inicios y teniendo una amplia gama de autores que han hecho de esto su principal objeto de estudio, la compleja relación entre populismo y democracia sigue centrando buena parte del interés de la comunidad investigadora preocupada por este concepto tan vivo (Mény y Surel, 2002; Panizza, 2005; Mudde, 2007).

A pesar de la imprecisión del término y de la diversidad de fenómenos que han sido clasificados como populistas a lo largo de los años, el concepto de populismo ha vuelto a cobrar relevancia en el discurso político contemporáneo. Ejemplos de ello son la primera campaña presidencial de Donald Trump en Estados Unidos, el ascenso de partidos como Vox y Podemos en España, o la presencia de figuras como Marine Le Pen en Francia, que han impulsado un resurgimiento del populismo en Europa (Arias, 2018). Este renovado interés ha propiciado nuevos esfuerzos para definir el fenómeno, aunque no sin dificultades. El problema radica en la amplia gama de características que se han agregado al concepto, algunas de las cuales son incluso antagónicas entre sí. De hecho, resulta complejo entender cómo las políticas de Marine Le Pen y Vox pueden ser englobadas bajo el mismo fenómeno político.

El populismo ha sido entendido a lo largo de la historia principalmente como una estrategia política a través de la cual, un líder personalista busca ejercer el poder gubernamental gracias al apoyo directo, no mediado y desinstitucionalizado de un gran número de seguidores desorganizados (Weyland, 2004). Recientemente, ha cobrado más fuerza la idea del populismo como una estrategia para ajustarse a la competencia en un determinado sistema de partidos y obtener rédito político, si no el poder (Sinha, 2017). Mudde defiende el populismo como una manera de entender la sociedad dividida en dos polos antónimos, el pueblo vs la élite corrupta (2004) idea que asume Arias en su obra “Populismo: anatomía de un espectro”; cuando define al populismo como un ideología o lógica de acción que, organizada alrededor del antagonismo entre el pueblo y la élite, defiende la voluntad del pueblo soberano como criterio para la decisión político (2018). Para Ángel Rivero, sin embargo, el populismo cumpliría con todos los elementos para ser considerado una ideología propia; descripción, evaluación y un programa de acción (2019).

Otros autores han preferido darle una visión desde un punto de vista discursivo en cuanto que el populismo necesita de un orden frente al que reaccionar, careciendo de la coherencia y la completitud que poseen incluso las ideologías más delgadas. Es en definitiva, una lógica de acción política mediante un discurso de oposición que busca devaluar la democracia en nombre de la democracia (Vallespín y Bascuñan, 2017). Defienden estos autores que en procesos de brusco cambio social, el populismo reacciona construyendo un discurso separador entre el pueblo y la élite lleno de emocionalidad y simplificación, que conecta con el pueblo. En este sentido, Moffitt (2016) sostiene que es complicado delimitar el concepto de populismo desde una perspectiva ideológica, lo que ha llevado a que muchos autores prefieren definirlo de manera más abstracta, prescindiendo de contenidos ideológicos específicos. En este enfoque, el populismo se presenta como un fenómeno que apela principalmente a las emociones y a la creación de discursos esperanzadores, pero carentes de un programa político claro y concreto. En línea, Ernesto Laclau (2005) llegó a caracterizar el populismo como "la ideología de la democracia", subrayando su enfoque en la movilización del pueblo frente a las élites.

América Latina es la región con una tradición populista más duradera y extensa, explicada sobre todo por sus niveles de desigualdad, altos periodos democráticos y la concentración del poder político y económico en una minoría (Mudde y Rovira, 2017). Figuras como Juan Domingo Perón en Argentina, Hugo Chávez en Venezuela y Evo Morales en Bolivia han ejemplificado diferentes tipos de populismo, desde el más inclusivo hasta el más polarizador. La región ha asistido al auge y declive de diferentes versiones populistas. La primera, la segunda y la tercera ola de populismo, guardan entre ellas alguna relación, pero grandes diferencias que hacen de este fenómeno un campo heterogéneo y sin un esquema establecido. Según Levitsky y Roberts (2011), el populismo latinoamericano ha oscilado entre proyectos reformistas que buscan ampliar los derechos sociales y proyectos autoritarios que concentran el poder en líderes carismáticos.

En Argentina, el populismo ha demostrado una notable capacidad de adaptación a diversos contextos, manteniendo como núcleo la ampliación de derechos sociales y la articulación de identidades colectivas, al menos hasta ahora. Su influencia ha sido determinante en la configuración de las estructuras políticas y la cultura cívica del país (Svampa, 2011). Representado principalmente por el peronismo, ha sido una fuerza central en la historia política del país, logrando adaptarse a las diferentes necesidades del pueblo y captando, en su división del discurso el antagonismo propio del fenómeno populista.

1.2. Preguntas y objetivos de la investigación.

El presente trabajo tiene como objetivo ofrecer al lector un análisis de la figura del actual presidente de la República Argentina, Javier Milei en el que comparándolo con dos de sus predecesores, podamos determinar si existen o no coincidencias en su manera de actuar y de configurar su discurso. Dos políticos considerados tradicionalmente como populistas y una nueva figura todavía pendiente de categorizar. De esta forma, podremos presentar un análisis de la figura política y personal de Milei, viendo si en sí estas características forman o no parte de lo que popularmente se conoce como una figura “populista” en la política.

Con este trabajo se pretende responder a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Son siempre los *outsiders* populistas?
2. El populismo ¿es una estrategia de liderazgo o una estrategia política?
3. ¿Es Javier Milei la nueva cara del populismo en Argentina?
4. ¿En qué se asimilan Javier Milei y Néstor Kirchner? ¿Y Cristina Fernández Kirchner y Javier Milei?

1.3 Metodología y marco temporal

a) Metodología

La investigación se llevará a cabo mediante un método comparado que permitirá analizar similitudes y diferencias entre figuras políticas consideradas populistas en Argentina, centrando el estudio en Javier Milei y los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner. El primer paso será una revisión bibliográfica sobre el concepto de populismo, apoyándose en autores como Laclau (2005), Mudde (2004) y Weyland (2001), con el objetivo de identificar definiciones y características clave para establecer categorías analíticas útiles para el caso.

Posteriormente, se abordará la historia del populismo en Argentina, con especial énfasis en el peronismo, utilizando obras como *La Comunidad Organizada* de Juan Domingo Perón (1973) y análisis históricos como *El día que se inventó el peronismo* (Plotkin, 2007). Este marco teórico permitirá contextualizar los liderazgos de Néstor y Cristina Kirchner, evaluando su perfil político y el contexto socioeconómico de sus gestiones (Chantal, 2018; Levitsky y Kenneth, 2011). Además, se llevará a cabo un análisis de las estrategias y discursos políticos de ambos expresidentes para analizar los rasgos del discurso populista que presentan.

Finalmente, se analizará el caso de Javier Milei a través de su campaña política, los fundamentos de su partido Libertad Avanza (2023), y sus discursos, como el de cierre de campaña y el de asunción presidencial. Esto permitirá evaluar su perfil político, las bases sociales que lo respaldan y su contexto político, con el objetivo de responder si Milei puede ser considerado una nueva expresión del populismo en Argentina. Con esto, se pretende ofrecer una comparativa del fenómeno del nuevo presidente con figuras antecesoras como Néstor y Cristina,

por lo que, una vez analizados los discursos de los tres se analizará la semejanza y similitudes que tienen de cara a poder valorar si todos pueden ser catalogados como populistas o no.

b) Marco temporal

La elección de comparar a Javier Milei con los gobiernos kirchneristas responde a las similitudes en los contextos de crisis económica, política y social en los que emergieron como figuras centrales. Tanto Néstor Kirchner en 2003 como Javier Milei en 2023 surgieron tras períodos de grave inestabilidad económica y desconfianza en las instituciones, utilizando discursos polarizantes y apelaciones directas al "*pueblo*" para consolidar su liderazgo. Del mismo modo, Cristina Fernández de Kirchner lideró en contextos de tensiones económicas, reafirmando el rol del Estado como motor político y social, en contraposición al liberalismo extremo de Milei.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ¿Qué es el populismo? Origen y evolución del término.

El término *populismo*, aunque estrechamente asociado a América Latina, tiene sus orígenes en el siglo XIX en Rusia y Estados Unidos y guarda una estrecha relación con la difusión de la democracia como idea y como régimen. (Mudde y Rovira, 2017)

En América Latina, el populismo emerge a principios del siglo XX, especialmente tras el colapso del modelo económico basado en la exportación (ISI) en las décadas de 1930 y 1940. Este contexto propició la aparición de líderes como Perón en Argentina, Vargas en Brasil y Cárdenas en México, representantes del llamado *populismo clásico*. Desde entonces, el término se ha aplicado de manera amplia y ambigua a individuos, partidos y regímenes, adquiriendo con frecuencia una connotación negativa en el discurso político.

En las décadas de 1980 y 1990, el populismo resurgió bajo un nuevo enfoque, el *neopopulismo*, asociado a políticas neoliberales y figuras como Carlos Menem en Argentina y Alberto Fujimori en Perú. Durante este período, el fenómeno se expandió también a Europa, donde Silvio Berlusconi, con su propuesta neoliberal inspirada en Thatcher y Reagan, se convirtió en un referente del populismo contemporáneo y en precursor de este estilo en el contexto occidental (Betti, 2023).

Actualmente, el populismo en las sociedades democráticas modernas se entiende como un *llamado al pueblo* en contra de la estructura de poder establecida, sus ideas y elites dominantes en la sociedad. Constituye un fenómeno antisistema que no debería de observarse de manera aislada con el resto de las características del populismo, pues si no, caeríamos en el error de equiparlo con otros movimientos sociales (feminismo, movimiento LGTBI...). El populismo va un paso más allá y no solo atenta contra el poder establecido sino contra los valores de las elites (Canovan, 1999). Sin embargo, a pesar de que el concepto vuelve a estar más presente que nunca en la actualidad política, las diferentes opiniones académicas acerca de este término, tan ambiguo y cajón de sastre, hacen complicado tener una definición exacta de qué entendemos por populismo. Weyland (2001) realiza una categorización - acumulación, adicción o redefinición - entre las diferentes teorías que nos van a servir como punto de partida para entender el fenómeno político.

El primero de ellos sitúa al populismo en un momento histórico determinado, atribuyendo su aparición, a la modernización o a las distorsiones que generan en los países periféricos la incorporación a la economía mundial. Encajaría con el momento histórico de principios y mitad del siglo XX en el cono sur, con las primeras apariciones de estos fenómenos tras la crisis del modelo de exportación. Hay un fortalecimiento del sector industrial y una situación de vacío político que facilita la movilización de unas “masas disponibles”. Destaca el estilo personalista como conjunto de características sociales y económicas, y el intento por incorporar a las clases populares al orden político y social existente. Los populistas son famosos por transformar los estigmas del pueblo en virtudes. Perón transformó a *los descamisados* y a los *cabecitas negras* en la fuente de la verdadera argentinidad (De la Torre, 2013, pg. 11). Para aquellos que defienden esta forma de definir el populismo existe un nacionalismo popular, que concibe al pueblo como un conjunto, dotado de ciertos intereses comunes y excluyendo a las minorías ligadas con el enemigo externo.

En segundo lugar, y a pesar de algunas de las críticas que se realizan a este estilo de definición, otros autores apuestan por el populismo como un concepto radial. En donde el populismo, viene asociado a cinco grandes características: liderazgo paternalista y personalista, coalición social heterogénea, movilización de arriba hacia abajo, una ideología ecléctica y un

proyecto económico que apela a métodos clientelistas (Roberts, 1995). La presencia de todos estos elementos da lugar a la versión plena de populismo, pero cierto es, que incluso sin estar los cinco presentes, muchos líderes políticos han sido categorizados como populistas, siendo esto ejemplos de versiones disminuidas del fenómeno. Sin embargo, autores como Weyland critican estas definiciones tan abiertas pues caen en riesgo de crear más confusiones y problemas.

Por ello, el afán de este autor ha sido aclarar el concepto en un único campo ya fuera o bien, a una época histórica, a las bases sociales o a las condiciones socioeconómicas. Para él, el populismo se asienta como una manera específica de competir y de ejercer el poder definiéndolo como *una estrategia política, a través de la cual un líder personalista busca o ejerce el gobierno basado en el apoyo no medido y no institucionalizado de un amplio número de seguidores* (2001). Sin embargo, y como exponemos en el apartado siguiente, no son pocos los autores que han criticado esta visión por reducir el concepto a una mera característica del concepto. Con esta lógica, podríamos caer en calificar como populistas muchos regímenes o gobiernos en donde la personalidad de la figura política sea alabada por el conjunto de la sociedad.

Por otro lado, hay quien defiende el populismo como un estilo o una estrategia política, siendo una dimensión de los sistemas democráticos y las democracias liberales. Margaret Canovan (2005) define el populismo como un “pueblo movilizado en el cual se han involucrado los individuos”. Dentro de esta concepción del término hay quien destaca una articulación discursiva a través de un discurso político performativo; con una dicotomía entre un *nosotros* y un *ellos* (Laclau, 2005). En esta misma línea podemos encajar la visión de Cas Mudde (2004), a mi juicio una de las más acertadas, sobre el populismo. El autor neerlandés habla de este fenómeno como una ideología no densa que considera que la sociedad se divide en dos campos: el pueblo puro y la elite corrupta. Esta idea, sostiene además que la política debe de ser una expresión de la voluntad general del pueblo (estas tres ideas de Mudde serán analizadas en el punto 2.3.).

La concepción del populismo como una estrategia política es la que más casa con nuestro objeto de estudio. Entenderlo como una forma de hacer política nos permite encuadrar a diferentes líderes como Néstor Kirchner, Cristina Fernández y Javier Milei dentro de un mismo

campo de estudio, independientemente de sus políticas económicas o sociales. La importancia no recae a nuestro juicio *en qué* dicen sino *en cómo* lo dicen, en esa relación que construyen con el pueblo, y en ese discurso fruto de entender a la sociedad como dos campos antagonistas. Esta estrategia se refleja en un discurso accesible y polarizador que refuerza la conexión directa entre líder y pueblo (Moffitt, 2016). Mientras los Kirchner emplearon el populismo para promover políticas redistributivas, Milei lo usa para abogar por un liberalismo radical. En ambos casos, lo esencial no es qué proponen, sino cómo movilizan y legitiman su liderazgo político.

A pesar de decantarnos por una, viendo con perspectiva las diferentes teorías que se han desarrollado del término, podemos considerar que, a pesar de las diferencias, sí que existe un elemento común a todas ellas, una unidad “mínima” compuesta por la tríada líder, pueblo y movilización política (Casullo, 2014). De hecho, si no hay antagonismo pueblo vs élite no estamos ante un populismo. Es esta también la idea de característica nuclear que defiende Arias (2018), en donde el discurso antielitista del pueblo se consolida como el elemento vertebrador del populismo, siendo la emocionalidad, el liderazgo carismático o la nostalgia de una comunidad originaria, características objetivas que dependen del contexto y de la figura concreta.

2.2. Críticas al concepto de populismo

Carlos Vilas (2004), es a nuestro juicio, uno de los grandes críticos de las definiciones acumulativas del término populista. Para él, el populismo es la conjugación de diferentes ingredientes en un momento cultural e histórico determinado del capitalismo latinoamericano. Clasifica como populismo sobre todo los fenómenos políticos de mitad de siglo XX, cuyo contexto guardaba una relación y un aspecto común y que se caracterizan sobre todo por: una amplia movilización social, una integración de las clases populares, un Estado intervencionista, un fuerte apego a ideas nacionalistas y una conducción muy personalizada.

Sin embargo, entender el concepto de populismo sin todos sus elementos, hace que podamos caer en un estiramiento conceptual como él defiende. Critica a Weyland también, por reducir el populismo a su ingrediente de liderazgo personalista, es decir, a uno de los cinco, lo que ha dado lugar a que pueda ser utilizado en otros momentos históricos. Surge aquí la idea de

crítica al concepto de *neopopulismo*, para Vilas, un claro estiramiento conceptual del término, en cuanto que el fenómeno comprendido entre los años 80-90 no comparte muchas de las características de los primeros populistas latinoamericanos. De hecho, las políticas aplicadas por estos últimos se alejaban, y mucho, de aquellas implementadas a mediados de siglo. El apego al neoliberalismo y las diferencias de apoyos sociales que sustentaban a estos nuevos presidentes (sectores de élites económicas) generan que la visión acumulativa caiga por su propio peso. Pero según esta lógica, el populismo no sería un fenómeno vivo hoy en día, como bien defendemos nosotros y la mayor parte de la literatura.

Respecto a la concepción del populismo como una estrategia política, hay quien critica que esa doble disyuntiva del discurso no es algo esencial sino que de hecho, es un fenómeno imaginado y que se construye de manera muy diferente dependiendo de la experiencia populista que se trate (Rovira, 2013). En cierto modo, esta idea parece gozar de sentido si pensamos en el modelo de gobierno de Perón, Menem, Néstor Kirchner o Javier Milei. Entre ellos, más diferencias que similitudes, pero todos considerados populistas por buena parte de la literatura. Quizás, esta crítica a la esencialidad de los elementos del discurso populista, debe ser entendida no como una falta de esencialidad de estos elementos, sino, a nuestro parecer, como la dependencia evidente que el discurso tiene de la ideología y del contexto de quienes lo producen. En España, por ejemplo, el discurso populista de Podemos no se asimila para nada al discurso populista de Vox. Sin embargo, los dos coinciden en hacer una distinción entre el pueblo y la élite.

2.3. Teorías del populismo

El populismo ha sido interpretado de diversas maneras según el contexto histórico y los autores. Para Gino Germani (1978), está asociado con tendencias autoritarias, especialmente en América Latina en un marco subrayado por la transición hacia la democracia de estos Estados. Germani, redefine la democracia como “inorgánica” al entender que estos movimientos conciben la democracia de la mano de una participación política no medida por las instituciones. Carlos Vilas, desde la teoría de la dependencia, lo arraiga a la política de sustitución de importaciones, considerando los regímenes nacionales-populares como democratizadores. Otros autores como Peruzzotti (1997) criticarán esta visión, argumentando que solo toman las elecciones como

mecanismo democratizador, olvidándose, una vez en el poder, del resto de mecanismos de rendición de cuentas. Por su parte, Weyland, va un paso más allá y entiende el populismo como una mera estrategia política en donde los líderes personalistas buscan apoyo directo no mediado ni a través de ninguna institución.

Más avanzados en el tiempo y con la llegada del populismo neoliberal, autores como Levitsky (2011) defenderán que el neopopulismo es más compatible con la democracia liberal que el populismo clásico de mediados de siglo. Menen en Argentina, Alberto Fujimori en Perú o Color de Melo en Brasil, tuvieron en común la baja institucionalidad de sus gobiernos, así como el apelo al pueblo sobre un enemigo. El carácter neoliberal de sus políticas económicas, a diferencia de las políticas redistributivas e intervencionistas la diferencia del populismo clásico. En esta concepción, cobra sentido la idea de entender al líder populista como un *outsider* pues vienen de fuera de las instituciones y llegan al poder sin ningún tipo de respaldo institucional, alterando las estructuras del Estado y generando tensiones con la democracia.

Con el giro a la izquierda de la primera década de los 2000 en América Latina, las políticas vuelven a coincidir, en plano ideológico, más con el populismo clásico. De nuevo aparecen ideas nacionalistas y redistributivas. El estado tiene un papel central en la protección de los pobres, y los vulnerables, en el control de los recursos naturales y en la distribución del ingreso. Rechazan apoyo de organismos internacionales, que son vistas como instituciones corruptas, y prefiriendo desarrollar pactos regionales entre ellos. El discurso lo componen *los de abajo* frente a *los de arriba* adoptando el perfil de la cuestión social que provoca que sea de izquierdas (Martín, 2019).

En definitiva, y dada la diferente evolución que realiza el populismo dependiendo de su momento histórico, De La Torre (2013) sostiene que el populismo no puede ser visto de manera unívoca como algo exclusivamente negativo o positivo para la democracia. En su obra, argumenta que el populismo es una forma política que se despliega dentro de las democracias representativas, y que en ocasiones es una respuesta a la exclusión social y política de amplios sectores de la sociedad. El populismo puede representar una amenaza para las instituciones democráticas cuando promueve una forma de política autoritaria o personalista. A menudo, el

populismo tiene una relación ambigua con los mecanismos tradicionales de la democracia (como el pluralismo, la división de poderes y la rendición de cuentas). El líder populista puede recurrir al "pueblo" como fuente de legitimidad directa, lo cual puede socavar las estructuras representativas y las normas democráticas, al no respetar las reglas del juego institucional. La llegada de este fenómeno a las sociedades democráticas modernas ha provocado que la política haya encontrado una nueva forma de expresarse, atrás queda esa política centrada en la identificación sociocultural con un bloque social específico (socialista, democristiano, liberal), el mundo se ha movido inexorablemente y con pocas excepciones hacia una democracia de líderes. (Betti, 2023)

2.3.1. Características del populismo

Como hemos comprobado, el concepto de populismo sigue siendo un objeto de debate dentro de los académicos sociales, sin embargo, parece que entre tanta definición hay cierto consenso acerca de cuáles son las características principales de los movimientos que se consideran como populistas. Para nosotros, la categorización que realiza Kenneth Roberts (1995), es una de las más acertadas a nivel teórico, consolidando el populismo en torno a cinco grandes características: 1) un patrón personalista y paternalista, aunque no necesario carismático, de liderazgo político; 2) una coalición política policlasista heterogénea, concentrada en los sectores subalternos; 3) movilización política de arriba hacia abajo que pasa por alto las formas institucionalizadas de mediación o las subordina a la relación directa líder-masas; 4) ideología anti-establishment que exalta a los sectores subalternos; 5) proyecto económico que utiliza métodos redistributivos o clientelistas para crear una base material de apoyo popular al líder.

Laclau (2005) sostiene que el populismo no es solo una estrategia política, sino una forma de construcción identitaria que permite articular diversas demandas sociales bajo una lógica común. En este sentido, su concepto de *significante vacío* es clave para entender cómo el populismo, al igual que lo que describe Cas Mudde (2004) como una *ideología delgada*, no posee un contenido ideológico fijo, sino que se adapta y complementa con diferentes ideologías (de izquierda o derecha) para dar cohesión a un grupo social.

Desde esta perspectiva, el populismo de izquierda y de derecha, tal como menciona Rivero (2017), puede entenderse a través de la lógica de la equivalencia de Laclau. Es decir, los populistas agrupan diversas demandas bajo un *nosotros* (el pueblo) en oposición a un *ellos* (las élites o los grupos externos). En el caso del populismo de izquierda, el "pueblo" se define en términos de lucha contra el capitalismo o el neoliberalismo, mientras que, en el populismo de derecha, el *pueblo* se construye a partir de una identidad excluyente, enfrentando no solo a las élites, sino también a sectores percibidos como ajenos a la comunidad nacional (Martín, 2020).

De esta manera, las ideas de Laclau permiten entender el populismo no solo como una estrategia política, sino como un fenómeno discursivo en el que se construyen identidades colectivas en torno a una oposición binaria entre *el pueblo y su enemigo* (Laclau, 2005).

a) Los elementos del discurso populista.

El discurso populista se centra en varios elementos clave. El primero, el concepto de "**Pueblo**", que, aunque abstracto, tiene fuerza por su capacidad de aglutinar diferentes grupos bajo una identidad común. El pueblo se presenta como una comunidad viva y pre-política, sin divisiones horizontales, en contraste con el conflicto político tradicionalmente asociado a los ejes derecha-izquierda. Se configura un conflicto vertical, donde la élite se impone injustamente, sin atender las necesidades del pueblo (Revelli, 2017). De esta manera, cobra sentido la idea de que la base de la lucha populista es devolver al pueblo lo que es del pueblo lo que injustamente las élites en el poder no ejercen bien ni representan correctamente (Mudde y Rovira, 2017).

El siguiente concepto fundamental es la "**Élite**". Entendida desde un plano político, económico o cultural; se caracteriza por ser considerada por el líder y por el pueblo, como un grupo corrupto que atenta contra la voluntad general. En su campaña política Donald Trump (2016) defendía: *El establishment de Washington y las corporaciones financieras y mediáticas que lo financian, existen solo por una razón, protegerse y enriquecerse*, haciendo aquí un claro ataque a la élite, entendida como todo lo que giraba alrededor de la Casa Blanca y a aquellos medios favorables del entorno (Mudde y Rovira, 2017). Por último, debemos entender el concepto de "**voluntad popular**"; para el populismo, es la voluntad general que defendía

Rousseau donde el pueblo se une para legislar en beneficio del interés común. Los populistas apelan a mecanismos de democracia directa, como referendos y mayor participación ciudadana.

Otra de las características del populismo y englobadas dentro de la concepción del discurso, es la construcción del **líder** como figura central. Este se presenta como una figura carismática (Deusdad, 2003), llegando incluso a acercarse al caudillaje y con un cierto carácter paternalista. Su figura, es clave para la adhesión de los ciudadanos al movimiento, en donde el aspecto emocional y la conexión líder - pueblo es fundamental para construir el fenómeno. De hecho, hoy en día la sociedad se moviliza alrededor de unos valores y unos estilos de vida diferentes, de ahí, que para el líder sea fundamental conectar con estas nuevas formas de entender la vida (Bennett, 2012).

b) Tipología característica del populismo.

Como se ha presentado a lo largo de la revisión de la literatura, el populismo posee una serie de elementos comunes que trasciende la época y contexto, enmarcado sobre todo por su estructura discursiva y estrategia política, empleado por un tipo específico de líder que quiere gobernar amparándose en el apoyo directo y sin intermediarios de sus seguidores (Mudde y Rovira, 2017). Esta idea, siguiendo con la línea de los autores citados, enfatiza que el populismo radica en una figura fuerte y carismática capaz de conectar con las masas.

Para nuestro objeto de debate es fundamental tener presente las características del discurso que hemos analizado, pues nos van a permitir comparar las distintas concepciones del *pueblo* y la *elite* que realizan Néstor Kitchener y Cristina Fernández frente a Javier Milei. Será fundamental mencionar también el tono del lenguaje empleado, que normalmente se excederá de los límites del decoro político, cargado de sentimentalismo que, unido al carisma del líder, animará a la creación de una conexión entre éste y sus seguidores (Rodríguez, 2017).

3. ANÁLISIS DEL CASO

3.1. Argentina y el Populismo

a) Evolución del populismo en diferentes gobiernos

El populismo adquiere en el siglo XX una fuerza sin precedentes en diversas regiones de toda América Latina, con los gobiernos de Getulio Vargas en Brasil y Juan Domingo Perón en Argentina. La idea paternalista del Estado y de su máximo representante, el presidente, favoreció una imagen del líder como caudillo y guardián de la justicia social, no en pocas ocasiones, a través de la demagogia y grandes dosis de carisma (Barros, 2014).

El año 1945 supone el inicio de esta tradición política en Argentina, cuando más de medio millón de trabajadores aclaman el regreso de Juan Domingo Perón a la política tras haber sido encarcelado y retirado de la vida pública. Ministro de Trabajo, de guerra y vicepresidente durante los años predecesores, Perón fue ganando poco a poco apoyo entre los trabajadores y la clase obrera. Su eliminación de la esfera política provocó el descontento de la sociedad, y su regreso aclamado por el pueblo el 17 de octubre de 1945. Ese día marcaría un antes y un después en la historia política Argentina que, unido al rol fundamental que jugaría años más tarde su mujer, Eva Perón Duarte, consolidaría una maquinaria política imponente (Skidmore y Smith, 1996).

Ese mismo día Perón realiza su primer discurso en el balcón de la Casa Rosada, en donde ya podemos subrayar ciertos tintes del discurso populista que hemos venido señalando en el marco teórico. Aunque como bien apuntan algunos autores, justamente lo más significativo de este discurso no está en su “*contenido lato*” sino en la interacción misma, en el diálogo con la multitud y en el contacto entre Perón y los trabajadores (Vassallo, M.S, 2008). Ese día se consolidaba la relación líder -pueblo y ese diálogo entre ambas figuras que se repetiría luego, no solo en los discursos de Perón, sino también de las figuras populistas posteriores. Espontáneamente y con los elementos que iban encontrando de camino a la Plaza del 2 de mayo, los trabajadores improvisaban leyendas y carteles de todo género y con las frases más pintorescas, pero que tenían en común un nombre: *Perón* (Perelman, 1961). El ambiente era

festivo incluso carnavalesco (James, 1987 en Torres 1995) lo que explica las explosiones de júbilo y vítores a medida que Perón iba interactuando. Apenas un discurso de cuatro minutos, con escaso contenido político, pero con un gran trasfondo, a mi juicio, un claro reflejo de lo que es el populismo; destacando sobre todo un fragmento:

Desde esta hora, que será histórica para la República, que sea el coronel Perón el vínculo de unión que haga indestructible la hermandad entre el pueblo, el ejército y la policía; que sea esta unión eterna e infinita para que este pueblo crezca en esa unidad espiritual de las verdaderas y auténticas fuerzas de la nacionalidad y del orden; que esa unidad sea indestructible e infinita para que nuestro pueblo no solamente posea la felicidad sino también sepa defenderla dignamente. (Archivo histórico, 2005, pg. 8).

En este extracto del discurso podemos ver como Perón se presenta como el líder salvador del pueblo, como apela a que vean en él la unión y el progreso y cómo construye a el “pueblo” como concepto aglutinador en hermandad de los diferentes extractos sociales: *Diariamente iremos incorporando a esta enorme masa en movimiento a todos los discolos y descontentos, para que, junto con nosotros, se confundan en esta masa hermosa y patriota que constituyen ustedes.* La importancia del discurso del 17 de octubre, como ensayo de un modo de contacto, sólo se vuelve entendible en la medida en que lo analizamos como una interacción. La palabra de Perón y la de la multitud constituyen voces sociales diferentes que, en el marco de la relación dialógica institucionalizada el 17 de octubre, irán configurando una discursividad compartida. Indudablemente constituyó una interacción novedosa, fue el ensayo de un modo de contacto que luego se estabilizó (Vassallo, 2008) y que luego imitaron otras figuras políticas argentinas.

Este día debilitaría al gobierno militar que se vió obligado a convocar elecciones para febrero de 1946. Retirado del ejército, Perón comenzaba su andadura en la política, organizando sus bases políticas de apoyo en torno a los trabajadores, sectores independientes y desprendimientos progresistas de los partidos tradicionales. Su victoria se consolidó con el 52% de los votos y en junio de ese mismo año, fue proclamado presidente de la República Argentina. Durante su primer gobierno (1946-1955), Perón promulgó numerosas reformas políticas: la reforma constitucional, la inclusión del voto femenino, la ruptura con la dependencia económica extranjera, la nacionalización del ferrocarril o las telecomunicaciones y a la apuesta por la

alianza de países del cono sur como Brasil y Chile (ABC) antesala de lo que hoy conocemos como MERCOSUR. (Skidmore y Smith, 1996).

A mi juicio es necesario recalcar también el papel fundamental que Eva Perón Duarte, esposa del presidente, jugó durante estos años de gobierno consolidando un modelo de política matrimonial que luego se vería reflejado, por ejemplo, en Néstor y Cristina Kirchner. El papel de Eva iba más allá del rol asociado a una primera dama, al mismo tiempo que desempeñaba actividades de agenda social, diseñadas para la esposa del presidente, se reunía con dirigentes sindicales y obreros. Sus discursos, estaban también cargados de un gran trasfondo, como el del 17 de octubre de 1951 o el 1 de mayo de 1952, su último discurso. Cargado de metáforas, sentimentalismos y odas hacía Perón sus discursos permitieron al oyente vivenciar las emociones que Eva pretendía transmitir: *me quema en el alma, me duele en mi carne y arde en mis nervios*. El discurso de 1952 comenzó con su icónica frase "mis *queridos descamisados*", lo que generó una relación de confianza con el público, y prosiguió con un discurso emocional y apelativo (Béjar y Szvets, 2002).

Por otro lado, años más tarde y bajo un contexto de crisis económica y social profunda bajo el gobierno de Alfonsín, resurgirá el populismo de la mano de Carlos Menem (1989-1999). Aunque miembro del partido Justicialista, Menem quiso marcar distancias recalcando sus orígenes de clase media y más allá de la Gran Buenos Aires. Hizo hincapié en su carácter de *outsider* de la política que había gobernado la nación durante los años anteriores y que había llevado al país a una crisis social y económica con faltas de bienes básicos, altos precios y falta de empleo (Wehner, 2004). Su campaña política se basó sobre todo en acusar al partido en el poder y a su candidato, Eduardo Angeloz, de la situación en la que Argentina se hallaba. Destaca José Nun (1995) que Menem fue capaz de asimilar el sentir del pueblo para construir un mensaje flexible, capaz de adaptarse a las necesidades mediáticas del pueblo. Recurrió a un mensaje que ilusionaba con políticas expansionistas y se presentaba como el salvador del pueblo ante la crisis que acechaba al país.

Su discurso estuvo también cargado de sentimentalismos, la distinción entre el pueblo y la élite y su consolidación como líder de una revolución contra el *establishment* del momento.

Para Wehner (2004) los medios de comunicación resultan fundamentales para explicar el gobierno de Carlos Menem, sin duda, un precedente de lo que luego se transformaría en el principal aliado de Néstor, Cristina y Javier Milei en sus campañas políticas. Marcos Navarro (1989) define la campaña política de Menem como un campo en donde la movilización de las masas y del pueblo a la que apelaba Perón pasa a ser una movilización de imágenes. El entonces candidato, hizo un gran esfuerzo por desvincularse de sindicatos y de su propio partido para construir un discurso en donde el eje central era él. Los medios de comunicación jugaron un rol fundamental para dar voz a este discurso y más allá de metodologías tradicionales, Menem recurrió a formas de propaganda políticas directas con y para la gente, como su gira nacional en caravana como ejemplo (Huerta, Otero y Figueroa, 2009).

b) Relación de las clases populares y sindicatos.

Para entender la relación que se forja en Argentina entre las clases populares y sindicatos con el populismo, solo hace falta mirar hacia atrás y ver esas imágenes de miles de trabajadores de camino a la Plaza de Mayo para pedir la libertad de Juan Domingo Perón en octubre de 1945 (Murillo, 2000). La relación se entiende en base a las políticas que Perón llevó a cabo durante los años anteriores a su presidencia en donde, desde el Ministerio de Trabajo, desarrollaba grandes reformas laborales y luchaba por los derechos de los trabajadores. Esto provocó una confianza de la clase trabajadora en su figura que, llegado el momento electoral, derivó en que los sindicatos organizaran el Partido Laborista para las elecciones de febrero de 1946, que encabeza la coalición electoral que permitió a Perón la presidencia. Las negociaciones entre sindicatos y gobierno afianzaron una entidad peronista, que se convirtió en un símbolo de los derechos de los trabajadores (Murillo, 2000).

La relación de Eva Perón con los sindicatos, en especial con la Comisión General del Trabajo, consolidó una historia de unión entre el gobierno y los trabajadores que llevaría a los trabajadores a desempeñar un papel fundamental en los años de Gobierno peronista (Barry, 2021). El hecho de que Evita fuera la esposa del presidente era un factor fundamental para que pudiera desempeñar sus actividades, pues le permitía influir sobre las decisiones de funcionarios, exigir respuestas rápidas y resultados concretos. Ella pronto comenzó a tener la reputación de ser muy eficiente a la hora de reclamar políticas sociales para los trabajadores y rápidamente,

sindicatos y trabajadores entendieron que la manera de saltarse la burocracia era dirigirse a ella (Navarro, 1994). Consciente de su poder y de la relación que había sido capaz de construir con el pueblo, Eva consolidó su andadura política en tres pilares fundamentales, 1) El partido peronista femenino, 2) la Fundación Eva Perón y por último la CGT. Su papel activo en la política le llevó a consolidarse como la imagen de los trabajadores, ejemplo de ello fue la presentación, el 28 de agosto de 1948, de los Derechos de la Ancianidad para los trabajadores que se habían retirado. Un catálogo que se desarrollaría posteriormente en la constitución de 1949. La fundación Eva Perón, de carácter privado, pero con fines públicos, trabajó de la mano de la CGT. El bienestar social quedaba en mano de esta fundación, la cual desarrollaba políticas sanitarias y sociales para los trabajadores (Barry, 2013).

El 17 de abril de 1951, el Congreso General de la CGT expresó su “vehemente deseo de que Perón fuera reelegido presidente de la Nación”. Era la primera vez en la historia del gremialismo mundial que el pueblo trabajador hacía un reclamo de este tipo de este tipo (Barry, 2021). Agradecidos con la labor de Evita, durante la campaña electoral de 1951 la CGT diseñó y pidió a Eva Perón su participación en la candidatura electoral de su marido. La fórmula Perón-Evita (1952-1958) y el gran furor del pueblo para que la esposa del presidente optara a la vicepresidencia reflejaba la relación que Eva había consolidado en los años anteriores con los “descamisados” y con la clase trabajadora. Su enfermedad y su posterior fallecimiento hicieron imposible de consolidar una fórmula política que, años más tardes sí que retomarán otros candidatos argentinos como Néstor y Cristina.

La alianza sobrevivió el giro conservador de Perón en los comienzos de los años cincuenta, su derrocamiento en 1955 y su muerte en 1974, así como el giro hacia el mercado neoliberal realizado por el presidente peronista Carlos Menem durante los años noventa. (McGuire 1997). La llegada de Menem y de sus políticas de carácter neoliberales, provocó que las relaciones del nuevo presidente con los sindicatos fueran cambiantes. Sin embargo, algunos mantuvieron una importante capacidad de negociar. En sus primeros años de gobierno, sus primeras reformas llevaron a protestas sindicales y sociales, hasta el punto de que en el 10 de octubre de 1989 la CGT se fragmentara en dos; la CGT oficialista que refrendaba las medidas del gobierno y la CGT opositora dirigida por Saúl Abuldini (Fair, 2011). Sin embargo, y consciente

del apoyo fundamental que para su partido suponía las clases sindicales, sus políticas de reforma de mercado iban acompañadas de “beneficios suplementarios” para que aquellos gremialistas colaboradores con el gobierno a quienes les ofrecía la posibilidad de participar en “sindicatos empresariales” que llegaban incluso a ostentar el 10% de las acciones de las empresas privatizadas (Murillo, 1997). Carlos Menen a diferencia de Perón, consolidó un apoyo fundamental en los empresarios motivado sobre todo por las reformas económicas que incentivaron el progreso de estas empresas (Fair, 2008).

Para Collier y Collier la incorporación de la clase obrera en América Latina y el surgimiento de nuevos patrones de relaciones estado-sindicatos en los períodos de incorporación tuvieron un impacto significativo en la evolución de la política nacional de los diferentes Estados. El fin de esta inclusión, apuntan los autores, es sobre todo regularizar e institucionalizar canales para resolver los conflictos entre el capital de trabajo y controlar la radicalización de la clase obrera, de esta forma también se creaba un estado más atractivo al asumir nuevas responsabilidades. Añaden los autores que: el movimiento obrero organizado es uno de los más importantes agentes de mediación de “lo popular” (1991). De esta forma, podemos entender que el movimiento social, a veces representado por el movimiento obrero y sindical puede ser un fiel reflejo del “pueblo” entendido como concepto necesario para la construcción de un populismo metodológico.

c) Nacionalismo económico y políticas sociales.

La política económica de los populismos tradicionales tiene una clara vocación por la redistribución de la riqueza. Dornbusch y Edwards (1990, pp. 3-4) definen el populismo económico como:

Un enfoque al análisis económico que hace hincapié en el crecimiento y la redistribución del ingreso, y minimiza los riesgos de la inflación y el financiamiento deficitario, las restricciones externas y la reacción de los agentes económicos ante las políticas "agresivas" que operan fuera del mercado.

Estos autores defienden que el populismo, o más bien, los aspectos económicos asociados al populismo reúnen una serie de características. En primer lugar, una política fiscal expansiva, aumentando el gasto público a tasas muy elevadas acompañado de una política monetaria expansiva (tasas de intereses subsidiarias y reguladas, tipo de cambio sobrevalorado). Las políticas de ingresos también se dan en un plano expansivo, incrementado el poder adquisitivo de los trabajadores mediante fuertes aumentos salariales y con el control de los precios.

No obstante, y aunque estas características mencionadas llevarían a pensar que las políticas económicas del populismo están estrechamente vinculadas con el socialismo, no es cierto que todo populismo deba de tener un tinte socialista o de izquierdas. Como hemos defendido a lo largo de este trabajo, el populismo no es una ideología propia sino una estrategia electoral que necesita estar acompañada por una ideología gruesa sea de izquierdas o de derechas. De ahí que, aunque el primer enfoque que podamos dar al populismo en Argentina esté más vinculado con el nacionalismo y las políticas de redistribución de la riqueza de Perón, el neoliberalismo de Carlos Menem también encuentra su hueco dentro de un concepto de populismo que no gira sobre un modelo económico en concreto sino sobre una forma de hacer política y una forma de discurso político.

El propio peronismo también ha ido cambiando su forma de entender la economía y las políticas sociales. El primer peronismo, apuntan Juan Torre y Elisa Pastoriza (2002), se sumerge en una “democratización del bienestar” que mejoró la vida de los argentinos en grandes magnitudes, sobre todo con grandes cambios en el mercado de trabajo y en las políticas de obras públicas como en materia de sanidad, vivienda y educación. Otros autores hablan incluso de una nueva forma de entender el Estado definiéndolo como *justicialista* por las políticas de inclusión y justicia social llevadas a cabo (Torrado, 2004). Sin embargo, la presidencia de Menem estuvo marcada por una flexibilización de la economía, una apertura al mercado internacional y una contratación del gasto público, a pesar de que en su campaña electoral hubiese prometido un Salario y una revolución productiva (Fair, 2008). Unas medidas que sin duda casarían mejor en los partidos tradicionalmente de ideología liberal o de derechas que hoy conocemos.

Sin duda, la primera reflexión a la que nos debe trasladar este primer acercamiento al populismo como elemento de la política argentina es que el populismo no se consolida como una ideología propiamente dicha. Demostrado queda que no trae consigo unas políticas económicas predeterminadas ni, por ende, un apoyo arraigado exclusivamente en una parte de la sociedad. Como veremos en los siguientes gobiernos calificados como “populistas” por los teóricos de las ciencias sociales, Néstor y Cristina retornan a la esfera política tintes del primer peronismo que parecían quedar en el olvido para Menem. Con esto, cobra más sentido si cabe nuestra hipótesis de entender el populismo como una metodología para hacer política, una estrategia vacía que se complementa de los elementos del discurso que les otorgan quienes usan este fenómeno como herramienta para llegar al poder.

3.2. Gobierno de Néstor y Cristina Kirchner

3.2.1. Contexto

a) El giro a la izquierda en América Latina y la tercera ola de populismo.

Las diferentes y novedosas victorias electorales de candidatos de izquierda en América Latina desde 1998 hasta el año 2004, llevaron a numerosos académicos y politólogos a hablar de un giro a la izquierda en la región durante esos años. Argentina, Bolivia o Brasil son algunos de los Estados que fueron encabezados por presidentes de tintes ideológicos diferentes a los que años predecesores habían gobernado (Levitsky y Roberts, 2011). Estos autores intentan explicar este fenómeno por la ampliación que se da en esa época en la región de las opciones políticas y económicas lo que implicaría, no solo un cambio de quién hace las cosas, sino también del modelo de hacerlo.

Durante estos años, los nuevos programas políticos de los partidos tradicionalmente de izquierda se transformaron hacia programas basados en el cambio social y las desigualdades, dejando a un lado la inspiración marxista y el afán del control de los medios de producción de la década de los 90 (Levitsky y Roberts, 2011). La década de 1990 estuvo marcada por la implementación de reformas neoliberales bajo el Consenso de Washington en la región

latinoamericana, que priorizaron la liberalización económica, la privatización de empresas estatales y la reducción del rol del Estado en la economía. Si bien estas políticas impulsaron el crecimiento económico en algunos casos, también profundizaron la desigualdad, el desempleo y la exclusión social en muchos países. El descontento social resultante, sumado a factores como la crisis económica de 1998-2002, el aumento de la pobreza y el agotamiento del modelo neoliberal creó el caldo de cultivo para que las propuestas de izquierda ganaran apoyo popular. La consolidación democrática en la región en algunos países también permitió que actores políticos alternativos pudieran competir electoralmente (Castañeda, 2006).

b) La crisis de 2001 y el colapso del modelo neoliberal.

El modelo económico introducido durante el gobierno de Carlos Menem basado en la Convertibilidad, instaurada en 1991, buscaba frenar la hiperinflación de los años 80 al establecer una paridad fija entre el peso argentino y el dólar estadounidense. Este sistema, inicialmente exitoso en estabilizar precios y atraer inversiones, mostró serias limitaciones a medida que avanzaba la década. Algunos autores, como el economista argentino Eduardo Basualdo identifican tres factores problemáticos que llevaron a esta situación de crisis al país: 1) La dependencia del financiamiento externo, 2) la pérdida de competitividad y 3) las privatizaciones. El agotamiento del modelo fue evidente tras la crisis financiera asiática (1997) y la devaluación del real brasileño en 1999, que redujeron la competitividad de las exportaciones argentinas. Según Joseph Stiglitz (2002), el FMI, lejos de aliviar la situación, impuso políticas de ajuste fiscal que exacerbaron la recesión.

La crisis económica supuso el devenir de una crisis social y política sin precedentes en la historia del país. Fernando de la Rúa, el entonces presidente, se vio forzado a renunciar en diciembre de 2001, dando inicio a una crisis política que se mantendría hasta las elecciones de abril de 2003 en las que Néstor Kirchner se alzaría con la victoria electoral (Quiroga, 2005). Con el respaldo del aparato justicialista bonaerense y habiendo generado cierta expectativa en la ciudadanía por el hecho de ser un dirigente con un elevado grado de desconocimiento a nivel nacional, ya que su carrera política se había limitado a ser gobernador de la provincia de Santa

Cruz, Kirchner logró quedar en segundo lugar en una contienda electoral marcada por la fragmentación partidaria y la disputa electoral abierta del Partido Justicialista (Lucca, 2014)

En el plano político la candidatura de Néstor contaba con muy poco respaldo político en el Congreso, característica que como veremos se asimila a la situación de Javier Milei. Por aquel entonces, el Partido Justicialista estaba dividido en tres bloques diferentes; la Corte Suprema estaba compuesta sobre todo por personas afines a Carlos Menen lo que podía suponer un problema de cara a poder avanzar en las políticas que quisiera implementar el ejecutivo (Ollier, 2010 y Lucca, 2014).

Esta situación de crisis e inestabilidad fue aprovechada con creces por el entonces candidato, quien hizo de este contexto nacional e internacional su aliado para construir un discurso y una estrategia política basada en el futuro, la salvación de la crisis y en su figura como un elemento nuevo en la política argentina. Su presentación como *outsider* del sistema en un contexto de crisis hicieron que la ciudadanía viera en él una manera para salir del problema del que la clase política tradicional había sido partícipe. Para Roberts (1995) la crisis de representación que sienten los ciudadanos en momentos de crisis es la que permite que se abra una ventana a nuevas tendencias y figuras políticas, siempre y cuando, sean capaces de canalizar el descontento de la población. Por ello, los contextos de crisis, ya sean sociales, como podría ser en los casos de populismo europeo, o económicos, más propios de las regiones latinoamericanas, permiten al líder construir una sensación de emergencia que les va a permitir atacar a la élite en el poder y a todas las fuerzas vinculadas a este. Las crisis económicas son usadas por estos líderes como elementos de su discurso para construir un odio hacia el establishment político.

3.2.2. Análisis de la campaña política y sus discursos.

a) Elementos populistas de su discurso y liderazgo

La campaña política de Néstor supuso, en términos del discurso político, la vuelta a ciertas formas establecidas por Juan D. Perón. El entonces candidato se presentó en su campaña electoral como uno más del “pueblo” alejándose de la clase política tradicional, y criticando las formas que habían tenido sus antecesores de realizar una política que no escuchaba al pueblo. Como hemos mencionado en el apartado anterior, la situación de crisis permitió que su campaña política se construyera en torno a las dos identidades propias del populismo. Además de todo lo mencionado, el discurso va a venir acompañado de una desviación de las prácticas políticamente correctas que, en palabras de Moffitt, van a hacer que predominen los malos modales dentro del discurso político (2022). El mismo ex presidente de la República Argentina decía:

Me dicen que tengo que ser mesurado, que tengo que ser prolijo, que me tengo que vestir ordenadamente, que tengo que caminar derecho, que tengo que hacer tantas cosas, ellos me quieren hacer al molde de ellos y yo quiero ser al molde del pueblo, quiero ser como el pueblo porque me siento como uno de ustedes (Vicent, 2011, pg. 65).

En este fragmento de discurso podemos ver reflejados los dos elementos claros que hemos establecido. Por un lado, Néstor se consideraba un reflejo del pueblo, y como tal no quería amoldarse al *establishment* político ni a las pautas que tradicionalmente se habían asociado con la clase gobernante del Estado Argentino. Su presentación ante el mundo, y ante los argentinos en particular, como un *outsider* de la política le permitieron construir un discurso de división entre un pueblo y una élite contrapuestos. Asimismo, su retórica vino acompañada de un rechazo a las formas tradicionales del discurso y del protocolo político, un distanciamiento que con visión crítica podemos vincular a un intento por parecer más del pueblo, sin formalismos ni decoro en exceso.

El discurso populista también se asienta gracias a una negación de lo temporal, para estos líderes, todo es posible de manera sencilla. Lo que les permite movilizar el sentimentalismo y la

esperanza de una manera más rápida y sencilla. Además, las soluciones que estos actores aportan a los problemas suelen ser vagas, ya que no se trata tanto de proponer soluciones pragmáticas sino de señalar acciones que responden a valores y sentimientos (Charaudeau y Gentile, 2009).

El discurso de Asunción del 25 de mayo de 2003 supuso un escaparate de todas las ideas que Néstor estaba dispuesto a atraer a la Casa Rosada. En él, son muchas las características del discurso con ciertos tintes populistas, desde su petición de reconciliar a la política, a las instituciones y al Gobierno con la sociedad a su llamamiento a una sociedad activa, ya que como él mismo dijo: *ningún gobernante puede cambiar las cosas si no hay una ciudadanía comprometida dispuesta a participar*. El ya presidente lanzaría un mensaje a la movilización social para cambiar el devenir de las cosas del país. No obstante, para mí, el broche final del discurso es el más claro ejemplo de cómo Néstor acude a una retórica sentimentalista que sea capaz de conectar con el pueblo, eludiendo a unas emociones y sentimientos que pretende despertar para construir ese diálogo entre líder-pueblo.

No he pedido ni solicitaré cheques en blanco. Vengo, en cambio, a proponerles un sueño: reconstruir nuestra propia identidad como pueblo y como Nación; vengo a proponerles un sueño que es la construcción de la verdad y la Justicia; vengo a proponerles un sueño que es el de volver a tener una Argentina con todos y para todos. Les vengo a proponer que recordemos los sueños de nuestros patriotas fundadores y de nuestros abuelos inmigrantes y pioneros, de nuestra generación que puso todo y dejó todo pensando en un país de iguales. Pero sé y estoy convencido de que en esta simbiosis histórica vamos a encontrar el país que nos merecemos los argentinos. Vengo a proponerles un sueño: quiero una Argentina unida, quiero una Argentina normal, quiero que seamos un país serio, pero, además, quiero un país más justo. Anhele que por estos caminos se levante a la faz de la Tierra una nueva y gloriosa Nación: la nuestra.

Muchas gracias. ¡Viva la patria!

(Recuperado de Instituto Patria, 2020, pg. 22-23)

Este tinte poético nos recuerda a los fragmentos que hemos venido presentando de los discursos de Juan Domingo Perón y su esposa, en donde el sentimentalismo y la interacción con el pueblo jugaban un rol fundamental para conectar. Después de un sin fin de medidas que Néstor anunciaba en ese discurso, el líder quería que el pueblo se quedara con el corazón en la mano y tomando la palabra de que el nuevo presidente podría hacerles vivir un sueño que otros líderes no habían sido capaces de lograr. La retórica utilizada en su primer discurso no fue algo esporádico ni dado por la emoción del momento, Néstor Kirchner continuó con esta retórica durante todo su mandato (2003-2007). Su manera de concebir el discurso y su puesta en escena a lo largo de años se enmarcaron en la tradición discursiva del peronismo. Sin embargo, en su afán de consolidarse como un político *outsider* del sistema, le llevó a distanciarse de ciertos momentos del peronismo como el menemismo, duhaldismo y ciertas tendencias políticas como las neoliberales. Aunque ni que decir tiene que la identidad madre de su discurso, la retórica entre la élite y el pueblo y del líder y su masa se mantienen como reflejo fiel a la construcción discursiva que construyó Perón (Montero y Vicent, 2013).

Años más tarde, Cristina Fernández de Kirchner, primera dama de la Nación y parlamentaria en el Congreso se alzaría con la victoria electoral el 28 de octubre de 2007. Como ella misma narra en su discurso de investidura, una mujer se alzaba por primera vez en la historia con el poder de la casa presidencial. No dudó en dedicarle unas palabras a Eva Perón, aquella mujer que hoy en día sigue siendo una mesías para muchos argentinos y claramente para ella:

Pero creo tener la fuerza para poder hacerlo y además el ejemplo, el ejemplo no solamente de Eva que no pudo, no pudo, tal vez ella lo merecía más que yo, el ejemplo de unas mujeres que con pañuelo blanco se atrevieron donde nadie se atrevía y lo hicieron. (Biblioteca del Congreso, 2023, pg.16).

Más allá de Juan y Evita Perón, Cristina vió en su marido una fuente en la que basar su campaña política y la construcción de su discurso. El inicio de su primer discurso fue sobre todo una plegaria de gracias a todo lo que el presidente Néstor había logrado, consagrando la visión de líder y figura cuasi-religiosa.

El discurso de Cristina ha estado arraigado profundamente a la construcción de un “nosotros” frente a un “ellos”, esas élites económicas y enemigos políticos de los que nutre su discurso. Este marco binario refuerza, como ya hemos comprobado con varios casos en este trabajo, la narrativa de un líder que lucha contra los intereses establecidos en favor de los sectores populares. Una idea que ha servido de cultivo para muchos de los momentos de sus discursos, como en este fragmento de del 25 de mayo de 2023 en donde se celebraba los 20 años desde la asunción de Néstor Kichner:

¿O por qué creen que me odian, me persiguen y me proscriben? Por eso, porque nunca fui de ellos ni lo voy a ser, hagan lo que hagan, me quieran matar, meter presa, nunca voy a ser de ellos. Yo soy del pueblo y de ahí no me muevo. (Fernández, 2023).

Sin embargo, el discurso de Cristina no solo se construye en torno a este binomio y el sentimentalismo propio del populismo, que como hemos visto, es eludido por ella. Acontecimientos claves en la historia argentina como el Golpe de Estado de 1976 o las Guerras de las Malvinas son algunas referencias históricas utilizadas para posicionarse como defensora de los valores nacionales de los que ella se hace mártir. Esta conexión de lo histórico con lo actual genera en el oyente una narrativa emocional que permite construir una relación de confianza con el pueblo. Un paso más allá, todo líder populista debe creer y confiar en sí mismo y en sus políticos, por lo que la autovalidación de la construcción propia de una figura como líder de la nación se hace imprescindible a la hora de trazar sus líneas argumentales.

Tanto Néstor como Cristina supieron usar a la perfección la retórica en su discurso, llegando a establecer una relación íntima con el pueblo, apelando al sentimentalismo y a la historia para atraer la confianza de una nación que había perdido la confianza en la clase política tras la gran crisis del 2001. El contexto regional en otros Estados del cono sur facilitó las bases para que el socialismo vuelva a hacerse un hueco en la política nacional. Como veremos en los siguientes apartados, el pueblo y la movilización social jugaron un rol fundamental a la hora de configurar el terreno político, facilitando por antonomasia la división del pueblo en dos fragmentos muy diferenciados.

b) Construcción del pueblo y el enemigo.

Los discursos y campañas políticas tanto de Néstor como de Cristina estuvieron cargados de un gran sentimentalismo y una gran alusión a la historia de la Argentina como punto de unión del pueblo. Los anuncios de campaña se convierten, como es evidente, en un primer reflejo de cómo un candidato quiere presentarse a su electorado. Néstor, en su idea de presentarse como alguien del pueblo, se presentaba en su primer anuncio a la presidencia con este discurso:

Anda tranquilo por la calle, ama a su familia, no miento, no se tiñe el pelo es tal como lo ves (...)
Los que seguimos amando a la Argentina construyamos con Kirchner esa Argentina que queremos (Archivodichiara, 2 de agosto de 2024).

En este sentido, podemos observar en este fragmento dos características muy interesantes, por un lado, el realce a su figura como alguien del pueblo y natural que no pertenece a la élite política y como tal, no se comporta como ella. Y, por otro lado, apela a un nacionalismo muy importante directamente con él vemos amar al país, uniendo bajo su proyecto a todos lo que quieren a la Argentina. El expresidente argentino construye sobre todo su discurso en base a una contradicción con la élite política de los años 90 que había llevado a la Argentina a la crisis de 2001. En fragmentos de su discurso de asunción podemos observar ya la legitimación del poder para el presidente: el mandato popular, una forma determinada de comprender la historia y la decisión política del pueblo (Yabkowski, 2010):

El pueblo ha marcado una fuerte opción por el futuro y el cambio (...) nuestro pasado está lleno de fracasos, dolor, energías mal gastadas (...) En la República Argentina, para poder tener futuro y no repetir nuestro pasado, necesitamos enfrentar con plenitud el desafío del cambio. Por mandato popular, por comprensión histórica y por decisión política, ésta es la oportunidad de la transformación, del cambio cultural y moral que demanda la hora. Cambio es el nombre del futuro (Instituto Patria, 2020, pg. 8)

La idea del pueblo como actor legítimo del proceso político, es apelada por ambos presidentes como un actor colectivo activo en la construcción del proyecto político Kirchnerista (Vitale, 2013). La interlocución con el pueblo y la apelación al movimiento social lo asemejan con

discursos peronistas previos en donde el pueblo se convierte en un actor vinculante para el cambio político. La juventud es evocada para luchar contra el orden establecido (Montero, 2007).

El discurso de Cristina, en particular, presenta una idea de etnos pedagógico experto, en donde ella se presenta como una profesora que da clases al pueblo, construyendo de esta forma una imagen de líder desde el conocimiento y el saber, situándose en un nivel jerárquicamente superior. Sus discursos están cargados de verbos como recomendar, corregir o reflexionar, en donde ella se presenta como quien tiene la verdad frente a la oposición enemiga (Vitale, 2013).

Por otro lado, es muy importante señalar cómo el discurso de la expresidenta y viuda de Néstor se construye en base a una alusión a él y a su figura, lo que le permiten jugar con un sentimentalismo fundamental para construir una relación con el pueblo de afinidad y posicionarlo a él en lugar superior. En el cierre de campaña de 2011 decía: *Él había soñado con la Argentina que tenemos hoy aquí, frente a nosotros y en la que él tuvo un rol fundamental de valentía y coraje.* (C5N, 11 de agosto de 2011). Idea que también se presenta en su discurso de asunción de 2011, entre otros muchos:

Como todos se imaginan, hoy no es un día fácil para esta presidenta. Pese a la alegría y la contundencia del voto popular, falta algo y falta alguien; alguien que hace exactamente ocho años y cinco meses, en este mismo lugar que hoy estoy ocupando yo, y yo sentada frente a él, venía a decirle a todos los argentinos que él venía y pertenecía a una generación diezmada (...). (Biblioteca del Congreso, 2023, pg.10)

Tras la construcción de nosotros, la construcción de ellos se hace en contra de aquellos que son un obstáculo para la transformación social del país. En los primeros años de Néstor Kirchner, el enemigo estaba encarnado principalmente en la clase política tradicional y en las estructuras neoliberales heredadas de los años 90, como hemos observado. Sin embargo, durante los gobiernos de Cristina, esta figura se amplió para incluir a los grandes grupos económicos, las corporaciones mediáticas y sectores de la oposición política. Néstor y Cristina basaron su liderazgo en una estrategia de comunicación directa con la ciudadanía, ubicando a ciertos colectivos en la oposición y construyendo contra ellos un discurso de contraposición. Para ello, los medios de comunicación jugaron un rol importante, hasta el punto de que se construyó un

discurso contra los medios que se consideraban afines a la oposición, como el grupo Clarín, fortaleciendo de esta forma su discurso del pueblo contra el enemigo (Vicent, 2015).

El Kirchnerismo fue capaz de crear una identidad colectiva que se fortalecía a medida que se iba detectando un claro enemigo (Casullo, 2019). Con esta construcción, se consolidó una lealtad por parte del electorado en un primer momento para Néstor y que posteriormente siguió a su esposa como la continuista de sus ideas.

3.3. Campaña y Gobierno de Javier Milei

3.3.1. Contexto

a) Crisis económica y desgaste de los partidos tradicionales.

El triunfo de Javier Milei puede, en parte, justificarse, o al menos ser comprendido, si tenemos en cuenta el contexto económico, político y social que el país latinoamericano atravesaba en aquel momento. Por un lado, las principales variables económicas se iban desequilibrando, lo que de forma evidente y negativa afectaba a la situación social del país. Por otro lado, la situación política hacía años que había caído en el poder de dos grandes coaliciones que se iban alternando (Abal, 2023 pg. 3).

Desde la transición democrática de 1983 hasta la crisis de 2001, el electorado argentino se había dividido en dos coaliciones no ideológicas, el peronismo y el no peronismo liderado por la Unión Cívica Radical (UCR). No obstante, a raíz de la crisis se generó un cambio en el diseño electoral, en donde la oferta peronista se abría a diferentes variantes (centroizquierda y no peronistas) y la derecha, se organizaba en torno a la coalición de tres diferentes partidos. La elección presidencial de 2019 consolidó esos dos polos ideológicos en la oferta electoral y las preferencias de los votantes.

En 2023, y tras el gobierno de Alberto Fernández, el centroizquierda llegaba a las elecciones debilitado por la gestión económica, marcada sobre todo por la inflación y el estancamiento económico (Hora, 2024). Por otro lado, la irrupción de Javier Milei en la batalla electoral llevó a la fragmentación del bando no peronista a favor de dos partidos: la coalición gobernante entre el 2015 y 2019 (Propuesta Republica, Coalición Cívica y UCR) bajo el nombre *Juntos por el Cambio* con Patricia Bullrich como candidata y el Partido Libertad Avanza liderado por Javier Milei (Murillo y Oliveros, 2024). Por primera vez desde la transición un candidato *outsider* aspiraba a convertirse en el futuro presidente del Estado argentino. La única experiencia política de Javier se limitaba a los dos años anteriores en donde había sido legislador, con una escasa presencia en las votaciones en el Congreso. Su partido se caracterizaba por una falta de estructura formal y por una concreción personalista en torno a Javier Milei (Morresi, 2023). La campaña política, como veremos a continuación, también fomentó de cierto modo la polarización social.

Más allá del plano social y político, el plano económico de las elecciones de 2023 se caracterizaba por una alta inflación, llegando incluso a superar el 211%, lo que suponía un camino directo hacia la hiperinflación (Hora, 2024, pg. 4). El déficit fiscal y el gasto público, unidos a una emisión descontrolada de pesos argentinos hicieron caer el valor del peso, lo que provocó una pérdida de poder adquisitivo en las familias del país. En este contexto, Milei diseñó su campaña como una receta de ajuste drástico a la crisis económica que atravesaba el país, y prometiendo algunas medidas como la reducción del gasto público, la eliminación de subsidios y privatización de empresas estatales y la reestructuración del estado (Libertad Avanza, 2023, pg.3).

En definitiva, podemos observar cómo el contexto nacional de la campaña electoral de Milei gira en torno a una descomposición de los partidos tradicionales y un cierto rechazo del ciudadano medio a la política tradicional. De esta forma, el ahora presidente de la nación presentaba una fórmula libertaria inédita en la historia de la política argentina, acompañado, además, de una retórica y de un discurso que le permitió no solo convencer a su electorado, sino terminar ganando las elecciones.

b) El auge del discurso antisistema.

Comprender el discurso del ahora presidente como un fenómeno aislado en la actualidad nos llevaría a no tener en cuenta un contexto internacional, que en varias ocasiones, ha jugado a favor de Javier Milei. Desde 2016, podríamos decir que estamos viviendo un resurgir del fenómeno populista en varias regiones del mundo como en Estados Unidos o Europa. Desde entonces, la polarización de partidos tanto de derecha como de izquierdas hacia sus extremos han generado un experimento populista e iliberal. La sensación de que los sistemas presentan fallos estructurales que ponen en peligro la convivencia, la prosperidad y progreso es aprovechado por los candidatos para construir un discurso basado en un juego de suma cero donde la victoria del contrincante supone el fin de la democracia (Putin, 2024). Es interesante ver como en la actualidad partidos más cercanos a ideologías de derechas hacen de su discurso una manera de manifestar una indignación y una rebeldía que tradicionalmente ha venido siendo abanderada por la izquierda (Stefanoni, 2021).

El populismo se ha manifestado en América Latina con figuras como Jair Bolsonaro en Brasil y Andrés Manuel López Obrador en México, en Europa con el ascenso de partidos de derecha populista como Vox en España, o Sumar, de ideología de izquierdas, y en otras regiones como en EE. UU. con la presidencia de Donald Trump. Todos ellos han defendido en sus discursos la idea, ya presentada, de dividir a la sociedad en grupos irreconciliables, el *pueblo*, y la *élite corrupta*, capitalizando el descontento ciudadano, utilizando estrategias comunicativas directas, las redes sociales y un fuerte componente emocional en su discurso (Cossarini y García, 2015).

Los apoyos al candidato de Libertad Avanza durante toda la campaña electoral de estos líderes políticos internacionales, también evidencian la relación y cercanía ideológica que estos líderes pueden tener entre ellos.

Felicidades querido Milei por tu gran victoria en las elecciones presidenciales argentinas. Hoy se abre un camino de futuro y esperanza para los argentinos y toda Iberoamérica que celebramos en España con especial alegría. ¡Viva España, viva Argentina, ¡y vivan libres de socialismo y soberanas! Publicaba Abascal en su cuenta X en la noche de la victoria electoral de Milei.

Más allá de la coincidencia ideológica, Milei ha imitado a algunos de estos líderes como Trump, en el uso de las redes sociales como una herramienta clave de su campaña. Aunque en el siguiente apartado presentaremos un análisis más detallado, lo que podemos dejar claro es que las tecnologías han permitido a los movimientos populistas construir una relación directa con la ciudadanía, evitando los medios de los filtros tradicionales y captando la atención de otros segmentos electorales, como los jóvenes (Rico, 2019).

3.3.2. Análisis de la campaña política y sus discursos.

a) Estrategia de comunicación y redes sociales.

En países latinoamericanos donde el desorden y la desesperanza existen en la vida cotidiana, un presidente misional y con ideas atractivas, desde lo comunicativo, crea nociones de nación que remueven al público emocionalmente, lo que permite crear una relación *pueblo - líder* ideal para el surgir del populismo como una estrategia política (Rincón, y Bonilla, 2004). Joseph Napolitan (1986) defendía que las estrategias políticas eran el factor individual más importante en una campaña política, y que, de hecho, una buena estrategia podría mejorar una campaña mediocre, y una campaña brillante podía fallar si la estrategia no era la acertada. Por lo que ambos elementos, campaña y estrategia, deben de ir de la mano para calar en el público y conseguir que el discurso llegue a emocionar y a hacer creer de nuevo en la política a aquellos que ya lo dan todo por perdido.

El contexto social y político de la campaña política de Milei jugaba a su favor para construir y apelar a este discurso sentimentalista, pues como hemos mencionado, la falta de interés y credibilidad en las instituciones tradicionales habían llegado a gran parte de la población a un descontento general con la clase política tradicional. Este sentimiento puede ser mitigado por los candidatos a través de la comunicación, buscando la convicción entre los ciudadanos para que crean en su discurso, algo que se sustenta fundamentalmente con la apelación a los sentimientos (Rodríguez, 2021). Para lograr esto, la retórica juega un papel fundamental, y para ello, es esencial adentrarse en la política de las emociones, que se nutren sobre todo de un uso dispositivo emocional de palabras, imágenes, acontecimientos y símbolos

que, una vez movilizados y presentados en la esfera pública, se impregnan de un excedente de afectos imaginarios (Montero, 2024). Aun así, aunque entendido el público y confirmando que la palabra es la herramienta más directa para apelar al electorado, la necesidad de un canal de comunicación masivo por donde apelar y persuadir al electorado, es la que otorga hoy en día un papel fundamental a las redes sociales. De hecho, este binomio entre medios y discurso ha inspirado a que algunos autores califiquen las democracias actuales como *democracias centradas en los medios* (Swanson, 1995) o a los partidos como *ciberpartidos*, que utilizan las tecnologías para fortalecer la relación entre sus votantes y el partido (Margetts, 2006).

Desde 2016, Milei formaba parte de la actualidad televisiva argentina, sus conocimientos en cuestiones económicas le llevaban a participar en varios programas como comentarista, y su canal de YouTube, en donde daba consejos financieros, le llevó a convertirse en un referente entre los jóvenes. Desde su campaña para las elecciones legislativas de 2021, el economista libertario fue ganando más protagonismo en la televisión nacional a partir de su participación en programas de *prime time*. En sus intervenciones, sus discursos contra la casta política buscaban una forma de distinguirse de la imagen del político tradicional a la que los argentinos estaban acostumbrados. Sus apariciones televisivas y su participación activa en redes sociales como *X*, *Tiktok* o *Instagram*, no cesaron cuando se convirtió en diputado nacional, sino que fueron creciendo a medida que la popularidad de Libertad Avanza iba en aumento. Su sueldo como legislador fue sorteado entre los ciudadanos siguiendo con su afán de encontrar medidas que le diferenciarán de la clase política tradicional y que le permitieran ser vistos por el público como un *outsider* del sistema (Ariza, 2024).

La mediatización de la política ha provocado una personalización de la misma, lo que ha llevado a que los ciudadanos voten a sus líderes en función de la individualidad de los candidatos en detrimento de los partidos políticos (Manin, 1998). En este sentido, la narrativa de los líderes y figuras políticas ha tendido a presentarse de una nueva manera para adaptarse a estos nuevos medios, añadiendo, además, que los líderes *outsiders* del sistema se presentan a ellos mismos como los únicos capaces de resolver las crisis democráticas de sus Estados. El líder, termina presentando las cualidades que mejor lo posicionan para representar a sus ciudadanos, apelando a un interlocutor que termina perteneciendo a su comunidad (Ariza, 2024).

Como hemos venido defendiendo a lo largo de este estudio, el populismo se consolida como una estrategia política y por ello, quienes diseñan este tipo de campañas electorales, en torno a un líder, son conscientes de que es lo atractivo para un discurso, que busca diferenciarse de lo tradicional y que busca emocionar al pueblo en busca de su voto. En este contexto, la historia del *yo* es una herramienta ideal para construir una identidad común, transmitiendo los valores y añadiendo dramatismo a aquello que cuenta (Ganz, 2014). Si observamos los diferentes *spots* publicitarios durante la campaña política de Milei, veremos cómo los mismos se centralizan en su figura y en su persona. Son anuncios breves, en donde el entonces candidato se dirige al ciudadano de una forma directa, y presentándose como alguien valiente, que viene a destituir y quitar el poder a la casta política formada por los políticos corruptos, los empresarios que dependen del gobierno o los sindicatos, entre otros. Su figura, le ha bastado a su equipo para realizar toda una campaña en torno a él, enfatizando una cercanía con un estilo simple basado en una presentación formal y sin decoros (Ariza, 2024).

A fecha de marzo de 2025, y tras algo más de un año en el poder, el ahora presidente mantiene en sus redes sociales unas cifras bastante altas de seguidores, en Instagram 6 millones, en TikTok 3 millones y en X 3,8 millones de seguidores. Si analizamos su contenido, en TikTok podemos ver escasos vídeos desde 2021, en la mayoría de ellos, sólo él, hablando a sus seguidores y terminado siempre con la misma frase: *¡Viva la libertad, carajo!*. Sin embargo, y aunque su cuenta no estuvo muy activa durante la campaña electoral, Milei se viralizó en esta red social como resultado de cuentas anexas y de fans que propagaban imágenes y vídeos del candidato (Montero, 2024). En X se suscita el intercambio cara a cara ya que la posibilidad de contestar y mencionar a otros candidatos o usuarios le permite generar un debate directo, sin mediaciones entre usuarios. Como ejemplo, Milei utilizó en numerosas ocasiones esta red social para atacar a su principal rival, Sergio Massa, mencionando y llamándolo *mentiroso*, *embustero* o *empobrecedor* (Montero, 2024). En Instagram, su contenido se limita sobre todo a memes, fotos, vídeos sin formalidad o institucionalidad, cargados de autopromoción presentándose como una persona espontánea y amateur en la política. De septiembre a noviembre de 2023, en plena campaña política, el candidato publicó 320 post en esta red social (Montero, 2024).

Hay autores que califican la campaña de Javier Milei como la primera algorítmica, en donde las redes sociales han jugado un papel fundamental para su victoria (Vilker, 2023; Waisbord, 2024) o incluso llegando a concluir que Milei y el movimiento libertario son un fenómeno de las redes (Montero, 2024). A mi juicio, sin lugar a duda las redes sociales han servido para transmitir un mensaje cargado de sentimentalismo y de una retórica basada en el antagonismo de *la casta y los argentinos de bien* que analizaremos en el siguiente apartado.

b) Análisis del discurso de la casta política y los argentinos de bien.

El discurso durante la campaña política de Javier Milei podemos decir que está construido siguiendo la retórica populista que hemos venido analizando a lo largo de todo este trabajo. El entonces candidato, presenta en todo su discurso una contraposición entre la casta política y los argentinos de bien, cargando sus mensajes de sentimentalismos y alusiones al pasado que remueven el corazón de los argentinos.

El término *argentinos de Bien*, engloba a aquellos ciudadanos que no viven del gobierno ni de la corrupción, sino que son honestos y que se rompen el lomo trabajando. Una presentación que ya realiza en el spot publicitario del 7 de julio de 2023, donde presenta al ciudadano de bien como aquel no se siente escuchado por la clase política tradicional argentina y que no observa que sus necesidades sean cubiertas por estos (Ariza, 2024).

Imaginemos una Argentina distinta, un país donde los honestos, los que se rompen el lomo trabajando, salgan ganando. Mientras que los corruptos y los que viven del trabajo ajeno salgan perdiendo.

(Milei presidente, 7 de julio 2023)

Como vemos, se construye el discurso en torno a dos mundos opuestos, la élite corrupta, constituida por los políticos corruptos y aquellos que viven y los apoyan y el pueblo, no representado y a el cual, él quiere presentar y defender. Esta idea, se repite a lo largo de sus discursos sin cesar, con ella empieza y con ella termina su campaña electoral en su último spot publicitario del 18 de octubre de 2023, donde directamente empieza su discurso diciendo *a todos*

los argentinos de bien. En su discurso tras ganar las elecciones también comienza dando las gracias a todos y en especial *buenas noches a todos los argentinos de bien*.

La construcción de discursos en torno a estos dos ejes principales se materializa y en parte, se hace posible, porque se presenta como un *outsider* de la política tradicional argentina. Esto le permite construir un discurso en contra del *establishment* que observamos desde el comienzo de su campaña. El spot del 25 de marzo de 2023 está cargado de sentimentalismo y de una evocación a la Argentina del pasado, antes de que llegara la clase política que ha empobrecido al país en los últimos 100 años:

Hubo un tiempo en el que Argentina era el país más rico del mundo, un punto de atracción, una potencia mundial (...) sin embargo, hace 100 años hubo un punto de quiebre, en donde los políticos decidieron que la riqueza no podía ser de los argentinos sino de ellos. (...) hoy estamos ante un nuevo punto de inflexión (...) una Argentina nueva, es imposible con los mismos de siempre, por eso, hoy tenemos la oportunidad de poner un punto y aparte.

(Milei presidente, 25 de marzo de 2023)

En este fragmento podemos observar de forma clara tres aspectos claves del discurso. Por un lado, el **sentimentalismo** enfocado desde la apelación a momentos del pasado vistos como algo grande y algo que se debe de recuperar. Idea que repite en su discurso tras ganar la primera vuelta de las elecciones, en donde dice: *queremos volver a las ideas de la libertad que hicieron grande a la Argentina en siglo XIX* o en su propio discurso tras ganar las elecciones el 19 de noviembre, en donde anuncia que *hoy volvemos a abrazar las ideas de la libertad*.

Por otro lado, el spot de marzo presenta a la **casta política** entendida como aquella clase política que ha hecho empobrecer al país en los últimos 100 años y que ha basado su poder en la corrupción. En otros discursos de campaña ataca directamente al Kirchnerismo clasificándolos como *la versión más burda de la casta política que hay que desterrar* (Milei Presidente, spot del 19 de octubre de 2023). En su discurso la noche del 22 de octubre, tras ganar la primera vuelta, hace alusión a la casta política como una *organización criminal* y a su victoria y su partido como la única vía para salir del mal al que ha llevado esta clase política, *o cambiamos o nos hundimos*.

De hecho, en este discurso realiza en sus últimos minutos una comparativa constante entre los buenos y los malos, que podemos ver en este fragmento:

(...) O cambiamos o nos hundimos, los que nos encerraron en una cuarentena brutal o los que pedimos libertad, los que defienden el populismo versus los que defendemos la república; los que quieren usar el Estado en beneficio propio versus lo que queremos que la política esté al servicio de los argentinos de bien; los que liberan presos o los que queremos a los delincuentes presos (...)

(CNN, 2023)

Podemos observar cómo realiza una contraposición en todo momento de sus ideas frente a las que crítica y ha estado realizando durante los años anteriores los políticos del país. En el discurso de su victoria en noviembre expresa el fin de muchas de estas ideas que critica en sus discursos previos sentenciando frases como: *hoy se termina la idea del botín a repartir o el modelo de la decadencia ha llegado a su fin* (El País, 2023).

Por último, vemos como en su primer spot de marzo, en el fragmento presentado, ya hace su presentación como alguien que no pertenece a *los mismos de siempre* y que, por ende, no pertenece a la clase política corrupta y que ha traído la pobreza a la nación. En el spot de julio y octubre del mismo año, Milei recupera la última frase para apelar a los votantes que quieren un cambio, diciendo que una *Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre*. De esta forma, su principal arma de juego se vuelve su carácter de **outsider** del sistema, lo que le permite, como hemos mencionado con anterioridad, criticar a la clase política tradicional y construir un diálogo antagónico entre el pueblo y la élite corrupta.

Aunque su discurso de asunción como presidente el 10 de diciembre, es más un desarrollo de las políticas y medidas que pretendía realizar en su gobierno, aún podemos observar algunos tintes y algunos pequeños trazos de la estrategia política llevada a cabo durante la campaña política. Empieza y termina su discurso con una misma frase, que, a mi juicio, defiende a la perfección el objetivo de cualquier populista, ganar el poder y comenzar esa nueva etapa que tanto aluden en sus campañas para evitar que sus naciones sigan en mano de los de siempre:

Hoy ha comenzado una nueva era en Argentina (...) Así como la caída del muro de Berlín marcó el final de una época trágica para el mundo, estas elecciones han marcado el cuento de quiebre de nuestra historia (...).

(Biblioteca del Congreso, 2023, pg. 21-22)

Sin duda, los spots y discursos de Javier Milei durante la campaña electoral de 2023 están enfocados y diseñados para presentarse ante los argentinos como un líder capaz de cambiar el rumbo y el devenir del país. Su retórica se construye en torno a la casta política, aquella clase política tradicional corrupta y los argentinos de bien, aquellos que viven víctimas del sistema ya los que la clase política no representa. Él transmite sus ideas liberales desde un punto de vista retórico y usando siempre un discurso basado en el anhelo de lo que un día fue su nación y que a su juicio, la clase política de los últimos años se había cargado.

4. DISCUSIÓN

Uno de los principales objetivos de este trabajo es traer una comparativa de los discursos políticos y de campaña del actual presidente de Argentina, Javier Milei y de Néstor y Cristina Kirchner, ex presidentes de la nación. En una primera conclusión y tras haber analizado diferentes discursos de los tres, es evidente que existen ciertas similitudes, pero también diferencias.

El discurso populista antielitista puede contemplarse en ambos fenómenos, los primeros, en contra de las élites políticas de los años noventa, empresarios y la oposición política. Milei lo haría contra la clase política tradicional que habría gobernado el país durante los últimos 100 años con discursos cargados de insultos como *zurdos de mierda* o *casta política* (Retamozo, 2025). La división moral entre el pueblo y el enemigo es una característica de toda ideología populista (Canovan 1999; Mudde y Rovira, 2017). Se dicotomiza el mundo en dos realidades irreconciliables, para Milei lo serían los argentinos de bien frente a la casta política (Casquete, 2023) y para Néstor y Cristina el pueblo frente aquellos que quieren ir en contra de los derechos y el progreso social. Para la construcción de esto, es muy importante comprender que los tres

presidentes parten de contextos previos de crisis económicas y sociales, lo que les permite, con mayor eficacia, construir esta metodología de discurso en donde ellos se presentan como los salvadores ante las crisis provocadas por los otros. Milei intenta canalizar toda la rabia e ira que la ciudadanía podía tener a los años del Kirchnerismo (Del Pino, 2024) y los otros lo harían contra la clase política previa a ellos, la Argentina de Menem y del neoliberalismo.

La construcción del pueblo entre los dos movimientos difiere, en cuanto que sus ideologías políticas lo hacen. El peronismo reflejado en Néstor y Cristina defienden unos principios sociales y de justicia social que no se ven reflejados en el discurso de Milei (Valencia, 2024), frente a la defensa del capitalismo de libre empresa que refleja el discurso del actual presidente (Del Pino, 2024). Por ello, la idea de pueblo para el matrimonio presidencial estaría sobre todo integrada por trabajadores, sectores populares y clases medias, una idea de mayoría popular históricamente excluida (Laclau, 2005). Frente a la individualización que realiza Milei en torno a la idea de *argentinos de bien que trabajan* y que buscan emanciparse del Estado, individuos autosuficientes, lo que encajaría con un populismo de derecha (Mudde y Rovira, 2017) frente al populismo de izquierdas de Laclau (2005).

La construcción de la figura de líder puede asemejarse entre Milei y Cristina, en parte, ya que tanto él como ella, anuncian desde un lugar tecnocrático o pedagógico experto sus discursos (Gindin, 2016; Retamozo, 2025). Él lo hará bajo su carácter de profesional universitario en economía y ella, en base a su imagen de política competente y experimentado con los años, procura explicar medidas económicas al pueblo para que las entiendan y confíen en ellos. A pesar de las similitudes la construcción del líder en estos actores también se diferencia, Milei no se presenta así mismo como representante del pueblo sino más bien, como un portavoz privilegiado y un ícono (Retamozo, 2025), algo que sí que lo harían Néstor y Cristina en sus discursos como hemos ido analizando.

El sentimentalismo tan característico de los populismos es también otra de las características que se merecen una comparativa entre los tres presidentes. Como hemos visto y analizado, el Kirchnerismo apela a un fuerte sentimentalismo apelando a la memoria histórica y a momentos históricos importantes como la era de Perón o la dictadura de 1976. Cristina luego lo

usaría incluso en alusión a su propio marido tras su fallecimiento. El sentimentalismo de ellos difiere, a mi juicio, del de Milei en las formas, pues, mientras que el de Néstor y Cristina lo lanzan desde unas formas más en decoro, el discurso de Milei utilizando un mayor número de insultos y de exageraciones para captar la atención del pueblo.

Como hemos podido comprobar en este apartado, los discursos de Néstor Kirchner, Cristina Fernández y Javier Milei parecen guardar cierta relación en cuanto que los tres, construyen su discurso en base a la relación, líder, enemigo y pueblo que caracteriza al populismo. Cada uno de ellos, lo hace respondiendo a un contexto y a una realidad social diferente igual que desde una ideología diferente, de hecho, contrapuesto entre los dos primeros y el actual presidente. Sin embargo, esto nos permite reforzar nuestra idea de que el populismo no es una ideología propia (Mudde, 2004) y como tal, necesita complementarse con ideologías de izquierda o derecha, y que es una estrategia política, más bien del discurso para captar y atraer el apoyo de la ciudadanía.

5. CONCLUSIONES

Este trabajo nació con el objetivo de analizar si el nuevo presidente de Argentina, Javier Milei podía ser considerado la nueva cara de un populismo argentino, o si sus formas y su discurso se habían limitado a una forma de hacer campaña política. El análisis del discurso y su comparativa con los expresidentes muestra que podríamos hablar de populismo si lo entendemos como una estrategia política y una forma de construir un discurso para atraer al electorado.

Además de esta primera conclusión que ya ha sido expuesta en el anterior apartado, cabe preguntarse si los populistas deben ser siempre *outsider* o no del sistema político. Consideramos que no, en cuanto que Cristina Fernández, por ejemplo, continuó con un discurso cargado de tintes populistas incluso después de haber sido vicepresidenta de la nación. No obstante, la facilidad y la credibilidad que da el ser un ajeno de la política a estos discursos, de primeras, es mayor, que si viene de alguien de dentro del *establishment*. Néstor, por ejemplo, llevaba años dentro de la política cuando se postuló a presidente de la nación en 2003, sin embargo, desde el principio intentó desvincularse de la clase política tradicional con la imagen de cercano al pueblo, pues si no, la construcción de un discurso contra la élite política no hubiese calado en el oyente.

El populismo se asienta como una estrategia política que permite al candidato alzarse con la visión de líder de un movimiento concreto como figura que encabeza la salvación de su país frente al enemigo común y criticado. El fenómeno Milei es fruto de una amplia estrategia de comunicación y divulgación que le han permitido posicionarse como una nueva cara de la política argentina. El entonces candidato fue capaz de presentar a la ciudadanía un proyecto político diferente a lo que el país había estado acostumbrado en los últimos años, lo que le permitió ser reconocido como una nueva imagen de la política y del populismo argentino.

En definitiva, el populismo se consolida como una estrategia política eficaz para aquellos líderes que buscan posicionarse como figuras de cambio y salvación ante una crisis política, económica o social. En el caso de Milei, su irrupción en la política argentina ha estado acompañada por una fuerte estrategia de comunicación y una movilización social sin precedentes

en torno a su figura. Su capacidad para captar la atención mediática, presentarse como un desafío al *statu quo* y estructurar su discurso en torno a una división entre el pueblo y la élite han sido claves en su ascenso.

No obstante, para determinar si Milei realmente se consolidará como una nueva figura del populismo argentino, será fundamental observar el desarrollo de su gestión presidencial. Su permanencia en la arena política dependerá no solo de su capacidad para cumplir con las promesas que lo llevaron al poder, sino también de su habilidad para mantener la narrativa que lo ha caracterizado hasta el momento. La pregunta sobre si se presentará a la reelección y si su discurso evolucionará con el tiempo sigue abierta, lo que refuerza la necesidad de un análisis continuo sobre su papel dentro del populismo argentino y global.

Me gustaría terminar este trabajo con una última reflexión, si algo hemos podido comprobar no solo aquí, sino también toda la literatura que existe acerca del populismo latinoamericano, en especial, en Argentina, es que ni el uno ni el otro saben vivir sin el apoyo del otro. Argentina y el populismo tienen relación de años de historia, de diversas ideologías, de tiempos de más o menos incertidumbres, y a pesar de todo, siempre se han apoyado. Milei se presentaba al pueblo como alguien distinto y de una política nueva, sin embargo, y aunque sus pensamientos políticos e ideológicos sean nuevos para el mapa político argentino, sus formas de hacer política y construir el discurso ya hemos visto, que son muy parecidas a otros líderes de la nación. Quizás esto nos permite reflexionar acerca de si el populismo funciona o no. Como se ha comprobado no podemos obviar que el populismo funciona como estrategia política. El orador sabe lo que el oyente quiere escuchar, recurre a formas y medios que saben que van a llegar y a sobrepasar a su público, construyendo un vínculo casi religioso que se convierte en inflamable ante cualquier amenaza externa. Las formas de hacer política en Argentina llevan años ligadas a las formas del populismo, y romper con eso, sería para muchos el romper con la propia política como la tienen concebida.

A día de hoy, el país del tango, el asado y el mate aún sigue venerando a figuras políticas como Perón o a Eva o incluso a futbolistas como Maradona o Leo Messi. Entre ellos un factor común, la divinidad que el pueblo les otorga. Entender, la pasión de los argentinos, su sentimentalismo y la forma en la que viven y entienden la vida, quizás nos ayude a comprender

el por qué un fenómeno que para Europa ha sido más reciente, lleva años triunfando al otro lado del océano Atlántico. Con ello, no quiero decir que el populismo sea una estrategia a importar, aunque a la vista está que en Occidente ya ha empezado a surtir efectos. Sino que a la hora de estudiar el populismo no se puede caer en estudiarlo desde lo meramente teórico, debemos entender y analizar el electorado ante el que se enfrenta, las circunstancias de esos países y la realidad social en la que se encuentran. El populismo promete salvar al mundo cuando los ciudadanos ven al mundo derrumbarse; el populismo promete creer en una política diferente, cuando todas las ideologías parecen las mismas; el populismo promete un futuro basado en un pasado que muchos anhelan. En definitiva, el populismo es la creación de sueños en el ciudadano con el fin de que crea y se sume al movimiento. Una estrategia de masas que rompe con las formalidades de la política y que pone en riesgo la propia democracia y sus instituciones.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Abal, J. M. (2023). El triunfo de Javier Milei o el final de la «anomalía» argentina. Recuperado de: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/221727>.
- Archivo histórico (2005). Discurso de Juan Domingo Perón desde el balcón de la casa de gobierno en plaza de Mayo el 17 de octubre de 1945. Recuperado de: https://backend.educ.ar/refactor_resource/get-attachment/24392.
- Archivodichiara. (2024). Difilm - spot publicitario de Néstor Kirchner presidente (2003). [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=otMBvU-yMbA>.
- Arias, M. (2018). Populismo: anatomía del espectro. Recuperado de: <https://www.revistadelibros.com/populismo-anatomia-del-espectro/>.
- Ariza, A. (2024). La casta y los argentinos de bien: narrativa electoral de Javier Milei. Instituto de investigaciones políticas. Conicet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9678340>.
- Barros, S. (2014). *Populismo, pueblo y liderazgo en América Latina*. Colombia Internacional, 82, pp. 297-302.
- Barry, C. (2013). “Perspectivas sobre el mundo de trabajo femenino durante el peronismo clásico”. Recuperado de: <https://www.vr-elibrary.de/doi/pdf/10.7767/jbla.2013.50.1.331>.
- Barry, C. (2021). Nosotros, los de la CGT”: apuntes de la relación política entre Eva Perón y la central obrera. Recuperado de: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/151287>.
- Basualdo, E. (2002). El sistema político y la crisis de la convertibilidad. Siglo XXI.
- Béjar, L. y Stevez T. (2002). Evita era una experta en la elección de palabras, gestualidades y tiempos” Visto el 15 de diciembre de 2024. Recuperado de: <https://diariopublicable.com/2022/07/22/evita-era-una-experta-en-la-eleccion-de-palabras-gestualidades-y-tiempos/>.
- Betti, A. (2023). Del populismo made in Italy al hiperliderazgo: el legado de Berlusconi. Recuperado de: https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/78827/2023612205215562_Fallecimiento%20Berlusconi.pdf?sequence=1.

- Biblioteca del Congreso (2023). 40 años de democracia. Mensaje de asunción de la presidente Cristina Fernández de Kirchner, 10 de diciembre de 2007. Recuperado de: <https://bcn.gob.ar/uploads/adjuntos/Dossier-n-258-mensaje-asuncion-cristina-fernandez.pdf>.
- Biblioteca del Congreso (2023). 40 años de democracia. Mensaje de asunción de la presidente Cristina Fernández de Kirchner, 10 de diciembre de 2011. Recuperado de: <https://bcn.gob.ar/uploads/adjuntos/Dossier-n-259-mensaje-asuncion-cristina-fernandez.pdf>.
- Biblioteca del Congreso (2023). 40 años de democracia. Mensaje de asunción del presidente Javier Gerardo Milei, 10 de diciembre de 2023. Recuperado de: <https://bcn.gob.ar/uploads/adjuntos/Dossier-n-276-mensaje-asuncion-javier-milei.pdf>.
- Canovan, M. (1999). Trust The People! Populism and the Two face of democracy. Disponible en: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/1467-9248.00184>.
- Canovan, M. (2005). *The People*. Londres. Polity.
- Carrera y A. Natera, A. (dir.): *El coraje de liderar. La democracia amenazada en el siglo XXI*. Madrid: Editorial Tecnos, pp. 235-278.
- Carreras, M. (2013). Presidentes outsiders y ministros neófitos: un análisis a través del ejemplo de Fujimori. *América Latina Hoy*, 64, 95–118. <https://doi.org/10.14201/alh.10244>.
- Casquete, J. (2023). VOX y la Democracia Liberal: una genealogía intelectual de la crítica nacionalpopulista a los partidos políticos. *Revista Española de Ciencia Política*, 63, 13-37. Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/95699/74877>.
- Casullo, M.E. (2014) ¿En el nombre del pueblo? Por qué estudiar el populismo hoy. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5118499>.
- Casullo, M.E. (2019). ¿Por qué funciona el populismo?. El discurso que sabe construir explicaciones convincentes de un mundo en crisis. *Siglo XXI Editores*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/4964/496465125008/496465125008.pdf>.

- Castañeda, J. (2006): *Latin America left Turn*. Vol, 58. Foreign Affairs.
- Castellucci, O. (2002): Perón y el 17 de octubre. *Biblioteca del Congreso de la Nación*. Recuperado de: <https://bcn.gob.ar/uploads/Editorial-peron17-oct.pdf>.
- Chantal, M. (2018). *Por un Populismo de Izquierdas*. Siglo XXI de España Editores, S.A.
- Charaudeau, P., & Gentile, A. M. (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso y sociedad*, 3(2). Recuperado de: <https://revistes.ua.es/dissoc/article/view/28479>.
- Collier, R. y Collier, D.(1991) *Shaping the Political Arena* , Princeton, Princeton University Press. Recuperado de: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2769109.
- CNN (2023). Discurso completo de Javier Milei tras las elecciones presidenciales en Argentina. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=69FT0OHsu0Y>.
- C5N (2011). Elecciones 2011: cierre de campaña de Cristina Kirchner (habla la presidente). [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=SMjeIzi8r38>.
- Del Pino Díaz, D. (2024). Javier Milei y el populismo empresarial en Argentina:“el empresario exitoso es un benefactor social”. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (57), 1-21. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9737794>.
- De la Torre, C.(1995), *El 17 de octubre de 1945*, Ariel.
- De la Torre,C. 2013). El populismo latinoamericano, entre la democratización y el autoritarismo *Nueva Sociedad*. Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/el-populismo-latinoamericano-entre-la-democratizacion-y-el-autoritarismo/>.
- Deusdad, B. (2003). El concepto de liderazgo político carismático: Populismo e identidades. *Opción*, 19(41), 9-35. Recuperado de: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872003000200002.
- Dornbusch R. y Edwards, S. (1990). La Macroeconomía del Populismo. Fondo de Cultura Económico. Recuperado de: https://soyrodolfoivan.wordpress.com/wp-content/uploads/2021/09/11_rudiger-dornbusch-y-sebastian-edwards-1992-macroeconomia-del-populismo-en-la-america-latina-ed.-fce-lecturas-del-trimestre-75-mexico-1.pdf.

- El País (2023). *Elecciones Argentina 2023. El discurso de la victoria de Javier Milei*. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=LmonerUJVsY>.
- Fair, H. (2008). El plan de convertibilidad y sindicalismo durante la primera presidencia de Menem. *Trabajo y sociedad: Indagaciones sobre el empleo, la cultura y las prácticas políticas en sociedades segmentadas*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2565775>.
- Fair, H. (2011). La relación política entre el Estado y el sindicalismo durante el primer gobierno de Carlos Menem (1989-1995). El proceso de construcción y consolidación de una nueva coalición de apoyo. *Intersticios: Revista sociológica de pensamiento crítico*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3804431>.
- Fernández, C. (2007). Discurso de la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner en la Asamblea Legislativa. Recuperado el 22 de enero de 2025 en: <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/16462-blank-35472369>.
- Fernández, C. (2021). Día de la Democracia y los Derechos Humanos. Recuperado el 22 de enero de 2025 en: <https://www.cfkargentina.com/dia-de-la-democracia-y-de-los-derechos-humanos-en-plaza-de-mayo/>.
- Fernández, C. (2023). Discurso en Plaza de Mayo, a 20 años de la asunción de Néstor Kirchner. Recuperado de: <https://www.cfkargentina.com/discursos-en-plaza-de-mayo-a-20-anos-de-la-asuncion-de-nestor-kirchner/>.
- Ganz, M. (2014). Liderar la transformación: estrategias de movilización social. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/445146972/Ganz-Liderar-la-Transformacion-Social-Espanol>.
- Germani, G. (1978): *Authoritarianism, Fascism, and National Populism*. Transaction Books, New Brunswick.
- Gindin, I. (2016). La construcción discursiva de la identidad política de Cristina Fernández de Kirchner durante su primera presidencia (2007-2011). Universidad Nacional de Rosario, tesis de doctorado.
- Huerta, C. R., Otero, S. M., & Figueroa, A. S. (2009). Neopopulismo y el papel de los medios de comunicación en los gobiernos de Carlos Menem y Alberto Fujimori. *Revista Pléyade*, (3), pp. 135-157.

- Instituto Patria (2020). Néstor Kirchner Discursos 2003-2010. Recuperado de <https://www.institutopatria.org.ar/wp-content/uploads/2020/11/Discursos-de-Nestor-Kirchner-vf.pdf>.
- Kaltvasser, C. (2013). *The Responses of Populism to Dahl's Democratic Dilemmas*. Political Studies, Vol. 62, N° 3, octubre.
- Laclau, E. (1977), *Política e ideología en la teoría marxista: capitalismo, fascismo, populismo*, Siglo XXI Editores, Madrid.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- Lance, W. (2012). The Personalization of Politics: Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), pp. 20–39.
- Levitsky, S. y Kenneth R. (2011). *The Resurgence of the Latin American Left*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- Libertad Avanza (2023). Base de acción política y plataforma electoral nacional. Recuperado de: <https://www.electoral.gob.ar/nuevo/paginas/pdf/plataformas/2023/PASO/JUJUY%2079%20PARTIDO%20RENOVADOR%20FEDERAL%20-PLATAFORMA%20LA%20LIBERTAD%20AVANZA.pdf>.
- Lin, J. J. (1994). Presidential or parliamentary democracy: Does it make a difference? *The failure of presidential democracy*. Johns Hopkins University Press.
- Linz, J. (1994). El fracaso de la democracia presidencial. *Johns Hopkins University*.
- Lucca, J.B. (2014). Conflictos y realineamientos de los actores sociales y políticos durante el gobierno de Néstor Kirchner. *Revista Sudamérica*, pg.27-29.
- Manin, B. (1998): *Metamorfosis del gobierno representativo. Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza editorial.
- Margetts, H. (2006). Cyber parties. In R. S. Katz & W. Crotty (Eds.), *Handbook of party politics* (pp. 528–535). London: Sage Publications.

- Martín, J. (2019). Genealogía del populismo: crisis orgánicas como condición de posibilidad del populismo de izquierdas. *Comillas Journal of International Relations*, (18), 22-49. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/28222>.
- McGuire, J. W. (1977) *Peronismo sin Perón: sindicatos, partidos y democracia en Argentina*. Stanford, Stanford University Press.
- Mény, Y. y Surel, Y. (eds.) (2002). *Democracies and the Populist Challenge*. Basingstoke: Palgrave.
- Milei Presidente (25 de marzo de 2023). *Primer Spot de campaña Javier Milei*. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=wR2zgqLEuVo>.
- Milei Presidente (7 de julio de 2023). *Primer Spot oficial de Javier Milei*. [Archivo de Vídeo] Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=gdsjJwUvbKk>.
- Milei Presidente (19 de octubre de 2023). *Spot final de Javier Milei: el comienzo de una nueva Argentina*. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=7kriDpXi9fY>.
- Moffitt, B. (2016), *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*, Stanford University Press, Stanford CA.
- Moffitt, B. (2022). *Populismo: guía para entender la palabra clave de la política contemporánea*. Siglo Veintiuno Editores Argentina S.A.
- Montero, A. S. (2007). Política y convicción. Memorias discursivas de la militancia setentista en el discurso presidencial argentino. *Revista latinoamericana de Estudios del discurso* 7 (2), 92- 114. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5959118>.
- Montero, M.S. Vincent, L. (2013). El "peronismo impuro" al "kirchnerismo puro": la construcción de una nueva identidad política durante la presidencia de Néstor Kirchner en Argentina (2003-2007). Recuperado de: https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-96012013000100005&script=sci_arttext&tlng=en#not.

- Montero, S. (2024). Una democracia afectada. Polarización y emociones en el discurso de la nueva derecha argentina en redes sociales. *Revista panamericana de comunicación*, 6(1). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9425468>.
- Morresi, S. (2023). Un museo de grandes novedades. *Le monde diplomatique*. Recuperado de: <https://www.eldiplo.org/milei-menem/un-museo-de-grandes-novedades/>.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*. Disponible en: <https://www.cambridge.org/core/journals/government-and-opposition/article/populist-zeitgeist/2CD34F8B25C4FFF4F322316833DB94B7>.
- Mudde, C. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mudde, C. (2016). “Europe’s Populist Surge: A Long Time in the Making”, *Foreign Affairs*, vol. 95, no 6, pp. 25-30.
- Mudde, C. y Rovira, C. (2017). *Populismo, una breve introducción*. Alianza. Madrid.
- Murillo, M. V. (1997). La adaptación del sindicalismo argentino a las reformas de mercado en la primera presidencia de Menem. *Desarrollo económico*. Recuperado de: <https://mariavictoriamurillo.com/wp-content/uploads/2017/01/la-adaptacion-del-sindicalismo-argentino-a-las-reformas-de-mercado-durante-la-primera-presidencia-de-menem.pdf>.
- Murillo, M.V. (2000). Del populismo al neoliberalismo: sindicatos y reformas de mercado en América Latina. Recuperado de: https://historiapolitica.com/datos/biblioteca/132_murillo.pdf
- Murillo, M.V., Y Oliveros, V. (2024). Argentina 2023: La irrupción de Javier Milei en la política argentina. *Revista de ciencia política (Santiago)*. Recuperado de: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-090X2024005000116.
- Napolitan, J. (1997). 100 cosas que he aprendido en 30 años de trabajo como asesor de campañas electorales. Recuperado de: <http://www.iceta.org/100cosas.pdf>.
- Navarro, M. (1994). *Evita*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Navarro, M. (1994): Menemismo y Peronismo: viejo y nuevo populismo.
- Nun, J. (1995). *Populismo, representación y menemismo*. El Cielo por Asalto.
- Panizza, F. (2005). *Populism and the Mirror of Democracy*. Londres: Verso.
- Perelman, A. (1961). *Cómo hicimos el 17 de octubre*. Buenos Aires. Ed Coyoacán.

- Perón, J.D. (1949). *La Comunidad Organizada*.
- Peruzzotti, E. (1997): *Civil Society and the Modern Institutional Complex: The Argentine Experience*.
- Plotkin, M. B. (2012). *El día que se inventó el peronismo: la construcción del 17 de octubre*. Sudamericana.
- Putin, A. (2024). *El rearme occidental. Un nuevo impulso al orden liberal*. Almuzara universidad.
- Quiroga, H. (2005) *La Argentina en emergencia permanente*. Edhasa.
- Retamozo, M. (2025). El populismo antipopulista de Javier Milei. Demandas, discurso y política de la derecha radical en Argentina. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 70(253), 3. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9932675>.
- Revelli, M. (2017). *Populismo 2.0*. Turín, Italia: Einaudi.
- Rico, C. (2019). 'Let the Citizens Fix This Mess!' Podemos' Claim for Participatory Democracy in Spain. *Politics and governance*. Recuperado de: <https://www.cogitatiopress.com/politicsandgovernance/article/view/1893/1111>.
- Rincón, O., & Bonilla, J. I. (2004). Comunicación política en América latina. *Centro de competencia en comunicación para América Latina*, 1-10.
- Rivero, A. (2019). *Geografía del populismo*. Tencos.
- Roberts, Kenneth M. (1995). *Neoliberalism and the Transformation of Populism in Latin America: The Peruvian Case*, World Politics, Vol. 48, Nº 1.
- Rodríguez, B. (2017). Populismo comparado en América Latina. Análisis teórico-práctico del fenómeno en la región. Universidad Pontificia de Comillas. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/88196/retrieve>.
- Rodríguez, R. (2021). La persuasión política: claves para mejorar la comunicación entre la clase política y la ciudadanía en tiempos de desafección (Vol. 322). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

- Skidmore, T. & Smith, P. (1996). Historia contemporánea de América Latina: América Latina en el siglo XX.
- Stefanoni, P.(2021). *¿La rebeldía se volvió de derecha?*. Argentina: Siglo XXI Editores Argentina.
- Stiglitz, J. (2002). *La globalización y sus descontentos* . Madrid: Taurus Santillana Ediciones Generales, S.L. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1700/170033586001.pdf>
- Suárez, W.C (1982) . El Poder Ejecutivo en América Latina: su capacidad operativa bajo regímenes presidencialistas de gobierno. *Revista de Estudios Políticos*. Vol. 29: 109- 144. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=26713>
- Svampa, M. (2011). *Debates Latinoamericanos: Indianismo, desarrollo, dependencia y populismo*. Edhasa.
- Svampa, M. (2011). *Debates Latinoamericanos: Indianismo, desarrollo, dependencia y populismo*. Edhasa.
- Swanson, D. (1995). El campo de la comunicación política. La democracia centrada en los medios.
- Torrado, S. (2004). La herencia del ajuste. Cambios en la sociedad y la familia.
- Torre, J. y Pastoriza, E. (2002). La democratización del bienestar. Recuperado de: <https://socioturismo.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/07/4-torre-y-pastoriza-la-democratizacion-del-bienestar.pdf>
- Valencia, M. (2024). Milei en Argentina: la libertad avanza y el populismo se renueva. *El Outsider*, 9, 41-59.
- Vallespín, F. y Bascuñan, M. (2017). *Populismo*. Alianza.
- Vassallo, M. S. (2008). Diálogos entre Perón y la multitud que cambiaron la historia: el 17 de octubre de 1945 y el 31 de agosto de 1955. In *V Jornadas de Sociología de la UNLP 10-12 de diciembre de 2008 La Plata, Argentina*. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología.
- Vilas, C. M. (2004). ¿ Populismos reciclados o neoliberalismo a secas? El mito del" neopopulismo" latinoamericano. *Revista de Sociología y política*, 135-151.

- Vilker, S. (2023). Argentina: milei acumuló gran capital antipolítico para ganar. ¿Cómo hace para gobernar? Recuperado de: <https://mediospublicos.uy/argentina-milei-acumulo-gran-capital-antipolitico-para-ganar-como-hace-para-gobernar/>.
- Vincent, L. (2011). La disputa por la mediación durante el kirchnerismo en Argentina. *Confines de relaciones internacionales y ciencia política*, 7(13), 49-81. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3710167>.
- Vincent, L. (2015). La política de comunicación como estrategia de liderazgo presidencial: el caso de Néstor Kirchner (2003-2007). *Ponencia presentada en las*, 2. Recuperado de: https://www.unsam.edu.ar/escuelas/epyg/jornadas/files/2015/Vincent_Ponencia-EPyG2015.pdf.
- Vitale, M^a A. (2013): Êthos y legitimación política en los discursos de asunción de la presidente argentina Cristina Fernández de Kirchner, *Icono* 14, volumen 11 (1), pp. 05-25. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4236486.pdf>.
- Waisbord, S. (2024). *El presidente troll*. Revista Anfibia.
- Wehner, L. E. (2004). El neo-populismo de Menem y Fujimori: desde la primera campaña electoral hasta la reelección en 1995. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7498915.pdf>.
- Weyland, K. (2001). Clarificación de un concepto controvertido: el populismo en el estudio de la política latinoamericana. *Comparative politics*, 1-22.
- Yabkowski, N. (2010). La construcción de la identidad kirchnerista: Pueblo, instituciones y política. VI Jornadas de Sociología de la UNLP, 9 y 10 de diciembre de 2010, La Plata, Argentina. En Memoria Académica. Recuperado de: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.5222/ev.5222.pdf.

Declaración de Uso de Herramientas de IA Generativa en Trabajos Fin de Grado

Por la presente, yo, **Francisco Javier García-Ferriol Álvarez**, estudiante de **Derecho y Relaciones Internacionales** de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "**Javier Milei: ¿La nueva cara del populismo argentino o una estrategia de campaña?**", declaro que he utilizado la herramienta de IA Generativa Chat GPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.
2. **Traductor:** Para traducir textos de un lenguaje a otro.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para qué se ha usado Chat GPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 27 de abril de 2025

Firma:



