



Esta obra está bajo
una Licencia Creative

Commons AtribuciónNoComercial-SinDerivar
4.0 Internacional

Cómo citar este artículo: Tovorovsky, J. (2025). Outsider viral, análisis del discurso de Javier Milei desde la semiosis social. *Neatá. Revista digital del Grupo de Estudios Semio-discursivos (GESEM, SGCyT-UNNE)*, 7 (3), pp. 1-11. <https://doi.org/10.30972/nea.738905>

Outsider viral: análisis del discurso de javier milei desde la semiosis social

The viral outsider: an analysis of javier milei's discourse through social semiosis

Tovorovsky, Julia

juliatovorovsky@gmail.com

Universidad Nacional del Litoral, Facultad de Humanidades y Ciencias

Estudiante de las carreras de Licenciatura y Profesorado en Letras en la Universidad Nacional del Litoral. Ha participado en jornadas de semiótica y discursos sociales.

Resumen

Este trabajo analiza el discurso de Javier Milei desde el enfoque de la semiosis social de Eliseo Verón, articulado con teorías psicoanalíticas sobre la adolescencia. Se parte del fenómeno del apoyo juvenil (16–25 años) a Milei durante su campaña presidencial de 2023 y se examina cómo su discurso y performance adquieren eficacia simbólica en ese sector. A través de las condiciones de producción, circulación y reconocimiento, se observa que el discurso mileísta se configura como una performance disruptiva que interpela afectivamente a los jóvenes, más allá de su contenido ideológico. “Su imagen —marcada por actitudes de confrontación, estética informal y retórica provocadora— remite a comportamientos característicos de la etapa adolescente, generando procesos de identificación”. La circulación en redes sociales potencia esta identificación, transformando su discurso en un fenómeno cultural viral. Se concluye que el análisis de Milei permite comprender nuevas formas de identificación política juvenil.

Palabras clave

Performance – Semiosis social – Juventud – Milei

Abstract

This paper analyzes Javier Milei's discourse through Eliseo Verón's social semiosis framework, combined with psychoanalytic theories on adolescence. It focuses on the phenomenon of youth support (ages 16-25) for Milei during his 2023 presidential campaign and examines how his discourse and performance acquire symbolic effectiveness within this sector. Through the conditions of production, circulation, and recognition, it is observed that Milei's discourse functions as a disruptive performance that affectively challenges young audiences, beyond its ideological content. His image —marked by

confrontational attitudes, informal aesthetics, and provocative rhetoric—mirrors behaviors characteristic of adolescence, generating identification processes. His discourse’s social media circulation amplifies this identification, transforming it into a viral cultural phenomenon. The analysis of Milei’s discourse allows for a better understanding of new forms of political identification among young people.

| Keywords

Performance – Social semiosis – Youth – Milei

| Del político al adolescente: una lectura alternativa para el discurso presidencial

Las elecciones de 2023 en Argentina evidenciaron que la mayor parte del apoyo electoral hacia Javier Milei provino de jóvenes de entre 16 y 25 años¹. Sin embargo, la recepción juvenil no se vincula necesariamente con un conocimiento profundo acerca de su propuesta política, sino con la forma disruptiva de su enunciación, su estilo confrontativo y su presencia en entornos digitales.

De este modo, tomamos como Discurso Objeto: “[...]configuración empírica, material, de signos que puede ser sometida a análisis” (Veron, 2013: 293) al discurso presentado por el actual presidente Javier Milei durante un rango de tiempo correspondiente a su promoción de campaña de elección: desde 2022 a 2025 aproximadamente. El discurso es una totalidad estructurada que articula elementos tanto lingüísticos como no lingüísticos. Este trabajo sostiene que la eficacia simbólica del discurso mileísta no depende tanto de lo que Milei “dice” sino de cómo su decir se somete a modificaciones y es recortado, estetizado y posteriormente viralizado. Se genera así, un reconocimiento afectivo que se articula con matrices culturales propias de la subjetividad juvenil y de la economía digital de la atención.

En el discurso presidencial se identifican comportamientos característicos de la etapa adolescente, que generan procesos de identificación. Este trabajo analiza la producción de sentido y la eficacia simbólica del mismo. El objetivo central es demostrar la hipótesis de que el modo de enunciación/performance del presidente exhibe rasgos estructurales propios de un enunciador adolescente, lo cual le confiere pregnancia en el sector de la sociedad que aplica a este rango etario. Se observa que esta *performance* disruptiva activa mecanismos de reconocimiento simbólicos y afectivos al operar con los mismos códigos de esa etapa de transición.

Los jóvenes, al observar la agresividad performativa y la estética de Milei, se leen como huellas discursivas de una enunciación que se identifica con lo que podría definirse como el “rechazo al sistema”. La figura presidencial en su integridad es identificada como una mirada especular: ven lo que quieren ser y cómo quieren presentarse ante el mundo y ante las figuras de autoridad.

Su eficacia discursiva, particularmente entre jóvenes, requiere un abordaje complejo que considere los modos actuales de *producción*, *circulación* y *reconocimiento* del discurso político en la cultura digital.

1 Estadísticas consultadas en diario El País: <https://elpais.com/argentina/2023-11-21/mapa-quien-ha-votado-a-milei-asi-son-sus-apoyos-por-edad-genero-o-territorio.html>

Artículos de Investigación

El estudio adopta un enfoque cualitativo interpretativo dentro del marco de la semio-epistemología veroniana. No se busca identificar intenciones del enunciador ni realizar un análisis psicológico del presidente, sino reconstruir la lógica discursiva que permite la eficacia simbólica del fenómeno.

La investigación se centra en la producción de sentido que configura el funcionamiento del discurso de Milei como fenómeno social en el sector juvenil. Para esto, localizamos el discurso (incluyendo la configuración empírica, material, de signos) como un momento de la cadena de la semiosis y afirmamos que todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido (Verón, 2013, p. 293).

La *gramática de reconocimiento* explica la resonancia del discurso en un sector social particular. El sentido de la circulación reside precisamente en el desfase (discontinuidad) que se produce entre las huellas de la producción y las del reconocimiento. Lo que pretendemos dar cuenta mediante este análisis semiótico es la lógica que permite que ciertos discursos como este prosperen dentro de la sociedad en determinado momento. Este sector de la sociedad al que nos referimos está conformado por personas pertenecientes a un rango etario que va entre los 16 y 25 años: edad que abarcaría la mayoría de la etapa del proceso de adolescencia.

El texto es un paquete signifiante que condensa operaciones ideológicas, históricas y culturales. El discurso analizado se caracteriza por ser disruptivo. Advertimos la presencia de manifestaciones tales como gritos, insultos y palabras vulgares, que llaman la atención al tratarse de la figura que ocupa el cargo de presidente de la Nación. En comparación con el historial presidencial de años anteriores en Argentina, los cuales solían presentarse en un lenguaje apropiado al contexto y representadas en sus estéticas una imagen formal de acuerdo a los estándares preestablecidos.

Para argumentar a qué nos referimos con “estándares preestablecidos” partiremos de la idea de que para poder analizar un discurso necesitamos de otros, dado que se trata de un proceso comparativo. La delimitación del corpus para el análisis comparativo exige seleccionar un discurso adversativo relevante que funcione como polo opuesto dentro de la construcción de la frontera político-ideológica. En este sentido, hemos decidido tomar como referencia para una comparación al discurso presidencial perteneciente al partido Justicialista —perteneciendo a este partido el último mandato presidencial previo al de Milei—. Consideramos pertinente tomar como referencia la figura de la ex presidenta Cristina Fernández por sobre la del último presidente en el cargo. Esta elección nos parece productiva ya que, además de presentar una estética contradictoria a la del actual presidente, en gran parte de la retórica de Milei, se alude peyorativamente y con frecuencia al *kirchnerismo*.

En la estética de la imagen de Milei podemos identificar vestimenta poco convencional para alguien en su posición, como, por ejemplo: campera de cuero, zapatillas deportivas, jeans. Del mismo modo, la estética informal y el cabello despeinado son huellas en la superficie discursiva que reenvían a las operaciones de producción y constituyen un acto performativo que busca la desinstitucionalización de la imagen presidencial. Se refuerza la idea del poco interés por verse acorde a las representaciones sociales que caracterizan a la figura presidencial. Podemos sostener entonces, que la performance de Milei busca distanciarse de los cánones preestablecidos. Establecer su figura en contraste con lo que históricamente se fue construyendo en torno a la imagen de “lo presidencial”.

Una actitud de estas características es identificable en la etapa de la adolescencia. Según A. Aberastury y M. Knobel en “La adolescencia normal” (1988), en la etapa de la adolescencia, psicosocialmente, se presenta una relación de confrontación con el universo de la adultez, estrechamente ligado a un proceso de búsqueda de identidad. Dicho proceso, a su vez, se caracteriza por la separación o toma de distancia ante las ideas previamente establecidas por las figuras de autoridad —como lo pueden ser los padres, o en general, “los adultos mayores”—. En esta etapa el adolescente se encuentra

ante un proceso de verificación en el que se cuestiona o se apropia de los valores y enseñanzas recibidas de niño, y de esta manera, comienza a formarse su subjetividad.

| Semiosis y adolescencia como clave de lectura

Si nos centramos en la idea de Verón anteriormente mencionada, la cual plantea que todo fenómeno social es, en el fondo, un proceso de producción de sentido, la manifestación material de esta producción de sentido será la figura pública/performance del presidente.

Entre los conjuntos de condiciones en los que circulan los discursos sociales, encontramos las llamadas *condiciones de producción, circulación y reconocimiento* (1987). Estas permiten instaurar el texto como fenómeno social y son productivas para comprender y explicar cómo este discurso social es capaz de producir nuevo sentido en una sociedad determinada —Argentina en los años 2022-2025 aproximadamente—.

La integración de los tres niveles de análisis propuestos por Verón —condiciones de producción, circulación y reconocimiento— nos llevará a pensar cómo este discurso político centrado en el ámbito de las redes sociales (espacio en el cual se obtuvo el corpus de estudio seleccionado) lleva a nuevas formas de producir sentido en el sector de la sociedad analizada. Este sector está conformado por personas de un rango etario que va desde los 16 años —edad mínima necesaria para votar en Argentina—, hasta los 25 años, edad límite en la que suele considerarse el proceso de adolescencia —si tomamos como referencia los mayores porcentajes presentados en la encuesta previamente citada—.

Las condiciones de producción son condiciones socioinstitucionales (económicas, políticas, sociales, históricas) que permiten dar cuenta de la presencia de una gramática de producción particular en el eslabón de la semiosis estudiado. Formaliza las operaciones que describen las restricciones que definen un cierto tipo de discurso productivo —el conjunto de textos y factores sociales que circulaban en el momento en el que se gesta este fenómeno social—. Estas condiciones se reconstruyen a partir de la figura pública/performance del presidente. El análisis se centra en identificar cómo las restricciones estructurales del sistema político y la cultura mediática —que privilegia lo disruptivo y lo fragmentario— operan en la producción del discurso de Milei (por ejemplo, el uso de la retórica provocadora y la estética informal).

A su vez, estas condiciones de producción recaen en una observación acerca de los mandatos presidenciales anteriores. Se hace alusión a lo sucedido durante la pandemia de COVID-19. La cuarentena afectó significativamente a toda la población, pero especialmente, a los próximos votantes de Milei, quienes, en algunos casos, se encontraban en pleno proceso de adolescencia. Dicho proceso les implicaba una necesidad de autonomía, de poder realizar las actividades propias de un adolescente promedio como la socialización con pares, la participación en espacios educativos, culturales o deportivos, cuya interrupción durante la pandemia ha sido destacada como uno de los impactos centrales en adolescentes².

Durante el período de adolescencia, el adolescente exige la libertad de salidas y horarios ligada en condiciones habituales a los padres (Aberastury & Knobel, 1988). El control, en este contexto, no estaba ligado a los padres, sino que estas figuras de autoridad se vieron reemplazadas por una

2 UNICEF Uruguay, “Cinco formas en que la pandemia impactó a los adolescentes” <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/cinco-formas-en-que-la-pandemia-impacto-los-adolescentes>



Artículos de Investigación

Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

cuarentena obligatoria. Si bien se trató de una medida de seguridad puesta en práctica en todo el mundo, en Argentina estuvo en su mayoría adjudicada al presidente de entonces como una decisión personal. Por lo tanto, podemos entender que esos mismos adolescentes busquen la libertad que les fue “privada” por el mandato anterior, en un nuevo presidente. Ahora tienen la capacidad de elegir, y el nombre de aquello que habían sentido como una privación —libertad— se encuentra en las listas. El discurso de Milei, cargado de enojo por esa negación de libertad, prometía una ruptura y un cambio definitivo. Con todos los medios de comunicación y el auge de las redes sociales a su favor, el malestar social funcionó como condición de producción del discurso mileísta “la elección de Milei [...] es un testimonio elocuente de la rabia por el presente y la desesperación por el futuro que embargan ahora a tantos argentinos” (Rieff, 2024, p. 9). El enojo social habilitó entonces lecturas afectivas, no racionales.

En cuanto a las condiciones de circulación: condiciones que permitieron que el discurso se desplace socialmente, como se menciona en el párrafo anterior, el incremento de uso de redes sociales durante la época de confinamiento favoreció notablemente la circulación del discurso del actual presidente. La cultura digital que premia lo agresivo, sumado a un contexto de malestar por parte de adolescentes que recientemente se habrían sentido privados de su libertad, fue lo que permitió que el discurso de Milei fuera aceptado y apropiado por gran parte de la sociedad, —cabe aclarar que el término “libertad”, el cual podríamos encasillar como un *significante flotante*³ (Laclau, 1987), no sólo se planteó en estos términos, sino también en otras cuestiones, por ejemplo económicas, en las que hemos decidido no ahondar por cuestiones de extensión— El uso de significantes flotantes como “libertad” es una decisión analítica que se inserta en las condiciones de producción al postular que la vaguedad y la indeterminación del discurso populista no son fallas, sino la condición necesaria para construir significados políticos relevantes en un terreno social heterogéneo.

La circulación se hace visible en el análisis como la diferencia entre las huellas de producción y las del reconocimiento. En este caso, la circulación es profundamente alterada por la cultura digital. El análisis se centra en cómo el discurso es fácilmente editado, reversionado y se convierte en discursividades efímeras, donde la coherencia se sustituye por la capacidad de “impactar” en el momento. Este enfoque es crucial, ya que la emergencia de las redes sociales comporta una mutación en las condiciones de acceso a la discursividad mediática.

La selección del corpus a analizar continúa con esta lógica —el discurso y la performance pública de Milei, centrada en el ámbito de las redes sociales—. La manifestación material de la producción de sentido es la figura pública/performance del presidente, que se estudia en su materialidad como un paquete signifiante que condensa operaciones ideológicas, históricas y culturales.

El estudio abarca el período de su campaña presidencial, años 2022-2025 aproximadamente, hasta la actualidad. Entendiendo que la semiosis social opera sobre objetos históricos, este periodo se define como una coyuntura de crisis de representación política y una cultura digital potenciada por el incremento del uso de redes sociales durante el confinamiento.

La recurrencia signifiante genera una multiplicidad nueva de sentido. La circulación de esos *clips* (discursividades efímeras) demuestra que lo importante es la capacidad de “impactar”, lo cual requiere un análisis de las huellas de esa circulación en el material audiovisual. Los videos seleccionados buscan ilustrar la recepción y la repetición de ideas, así como también, la identificación simbólica por parte de la población seleccionada.

3 El concepto *significante flotante* designa a aquellos elementos discursivos cuyo significado permanece abierto, pudiendo ser resignificado por distintos actores sociales según sus propios intereses.

Artículos de Investigación

La selección del corpus se basa en su circulación masiva entre el sector social analizado, confirmando que este discurso encuentra legitimidad y resonancia en los espacios de sentido ya circulantes (hartazgo político, medios digitales).

Laclau sostiene que la vaguedad y la indeterminación de los discursos populistas no son defectos, sino que, en ciertas circunstancias, están inscriptas en la realidad social como tal. En este sentido, la imprecisión de los términos es la condición necesaria para construir significados políticos relevantes y constituir un “pueblo” al articular demandas heterogéneas. El referente del “populismo” es ambiguo y vago en el análisis social, pues Laclau lo entiende como una lógica social cuyos efectos atraviesan una variedad de fenómenos.

El auge de las redes sociales comporta una mutación en las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática, produciendo transformaciones inéditas en las condiciones de circulación. En este contexto, la circulación no solo se puede hacer visible en el análisis como diferencia, precisamente, entre los dos conjuntos de huellas, de la producción y del reconocimiento, sino que los procesos de la circulación son el nuevo gran campo de batalla.

De esta manera, hemos notado una gran presencia del actual presidente en redes sociales, principalmente en X (ex Twitter) e Instagram. En estas redes, Milei expresa sus inquietudes y opiniones la gran mayoría del tiempo. Sin embargo, a diferencia de estas redes, si comparamos la presencia del presidente en la red social TikTok —red de donde obtuvimos la gran mayoría del corpus—, notamos una menor participación. Esta observación evidencia que Milei no produce todo el contenido viral por sí mismo, su éxito depende entonces, en gran medida, de *cuentas satélite*⁴. En este contexto de circulación, encontramos una recursividad significativa, se cita el texto base generando así una multiplicidad nueva de sentido.

Se presenta de diversas maneras a Milei como un objeto cultural totalmente allegado a los sectores juveniles de la sociedad, los cuales mantienen una dinámica de consulta permanente en estas redes. Se reaprovechan fragmentos televisivos para TikTok, lo que refuerza la idea de que su semiosis política se construye a partir de la fórmula: material mediatizado tradicional + formato joven / digital.

Los resultados muestran que la adhesión juvenil a Milei puede explicarse como el resultado de una semiosis digital específica donde las condiciones de producción habilitan un discurso antiinstitucional, las condiciones de circulación lo recortan en clave emocional, y las condiciones de reconocimiento lo traducen como autenticidad juvenil.

El discurso mileísta funciona como una performance atravesada por los ritmos de consumo cultural juvenil: brevedad, velocidad, expresividad, humor, intensidad afectiva. No se trata de que Milei “sea” adolescente, sino de que su performance encuentra un lugar en matrices culturales que configuran ese reconocimiento.

La publicidad es total, Milei ya no es solo un político, es un personaje de entretenimiento, un “meme”, un ícono antisistema “La clase política [...] consideró a Milei [...] un voto de protesta. Prácticamente nadie creía que Milei tuviera alguna posibilidad de ser elegido presidente” (Rieff, 2024:7). La circulación del discurso en redes convierte una figura periférica en un fenómeno central. La figura del “Milei viral” es resemantizada por las redes.

Al mismo tiempo, el incremento de las plataformas de streaming funcionan actualmente como un gran espacio de recirculación del discurso del presidente, jóvenes libertarios utilizan estas plataformas como se suele utilizar un noticiero. De este modo, el discurso se convierte automáticamente en lo

4 https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2250-41842023000200006&script=sci_arttext



Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

Volumen 7
Número 3
año 2025

“Temas Libres”

Artículos de Investigación

que Verón define como *discursividades efímeras* (2013): lo que importa ya no es la coherencia en el discurso, sino su contenido y capacidad de “impactar” en el momento, y para esto, Milei busca interpelar directamente a quienes decidan escucharlo, se muestra desinhibido ante la sociedad.

Verón define la mediatización como la secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos. Su análisis ya asume que la irrupción de la tecnología produce efectos retroactivos que transforman la comunicación, como lo hizo la escritura. El discurso político que anteriormente solía ser caracterizado como “serio”, y de gran extensión, ahora, es fácilmente editado y reversionado en un clip de diez minutos y viralizado en menos de diez horas. La circulación del discurso se inscribe en la transformación profunda de la relación de los actores individuales con los fenómenos mediáticos causada por la Red.

En cuanto a las *condiciones de reconocimiento*, que formalizan las operaciones discursivas que se activan en la recepción del discurso se dan en tanto el receptor se convierte en un agente activo de la semiosis y contribuye a la interpretación del discurso, el cual circula eficazmente en las redes sociales, ya que éstas ven como deseable lo provocador, lo rupturista y lo viralizable.

Las gramáticas de reconocimiento se manifiestan a través de la identificación simbólica y afectiva. El discurso se reconoce en la etapa de adolescencia caracterizada por el duelo por la identidad infantil y la necesidad de cuestionar o apropiarse de los valores.

El discurso también se reconoce en jóvenes que buscan una independencia económica —propia en etapas adolescentes— como una separación progresiva de los padres, los cuales suelen usar la dependencia económica como poder sobre el hijo. Podemos, entonces, encontrar seguidamente en jóvenes la figura del “joven que se hace solo” o “el emprendedor exitoso”—estos generalmente están enfocados en la inversión de criptomonedas, actividad que hemos visto difundir al presidente en varias ocasiones a través de sus redes sociales—.

Al trazar un paralelo entre la performance disruptiva de Milei y los rasgos estructurales propios de un enunciador adolescente (como la agresividad performativa y la omnipotencia de las ideas), se articulan las condiciones de reconocimiento socioindividuales.

La performatividad agresiva del líder no es novedosa en sí misma, pero resulta eficaz al insertarse en una matriz cultural donde la autoridad adulta se vive como distante o desacreditada (Aberastury & Knobel, 1988). Por lo tanto, estos lugares en los que se reconoce el discurso de Milei no son nuevos, sino que ya están establecidos para que este encuentre legitimidad y resonancia. El hartazgo político, la idea de emprender para evolucionar, los lugares que se dan en los medios digitales, son espacios de sentido ya circulantes, no son creados a partir del discurso, sino que son lugares en donde este discurso “funciona”.

La población de adolescentes, sensibles a las limitaciones que impone el mundo adulto que le es próximo, lleva lo doméstico a lo público por transitividad. De esta manera el adolescente ve una salida que debe gestionar de manera solitaria en una salida colectiva y allí, una de las voces que más fuerte se escucha es la de Milei, que sugiere salidas rápidas y disruptivas a la situación del joven que rechaza la salida lenta y paciente de su estado de disconformidad. Esta transitividad es la semiosis en la que la imagen de Milei, su performance, resignifica el universo de los jóvenes afectados.

¿Milei adolescente?: hipótesis sobre el modo de enunciación y su eficacia

Si planteamos que vemos una identificación por parte de jóvenes con Javier Milei, podríamos plantear la hipótesis de que Milei tiene comportamientos y formas de expresarse legibles en el proceso

Artículos de Investigación

de adolescencia. La eficacia de su discurso entre jóvenes y adolescentes puede explicarse más allá de lo ideológico. Éste, activa mecanismos de reconocimiento simbólico y afectivo al estar actuando con los mismos códigos de esa etapa de transición.

En el libro previamente mencionado “La adolescencia normal” de A. Aberastury y M. Knobel (1988) y en algunos videos utilizados como corpus, podemos ver reflejados los datos de la adolescencia que plantean estos psicoanalistas.

Para comenzar, podemos caracterizar el periodo de adolescencia como un momento de contradicciones, caracterizado por fricciones en el medio familiar y social. La exigencia de libertad pone en juicio de valor los ideales presentados por el adulto, “El adolescente defiende sus valores y desprecia los que quiere imponer el adulto, más aún, los siente como una trampa de la que necesita escapar” (Aberastury y Knobel, 1988, p. 22).

En un caso como este, observamos el reiterado desprecio por parte del presidente hacia lo que él llama “casta política” —también interpretado como un significante flotante, ya que si bien él la define como un grupo de privilegiados directamente por el Estado, observamos claramente cómo esta definición se va deteriorando, al punto de referirse a la “casta” como los empleados públicos—. Al mismo tiempo, él afirma que el sistema de educación pública es un modo de adoctrinamiento en contra de sus ideales, y lo vemos afirmar que el *status quo* es de izquierda, por lo tanto, votar a su partido era una forma de rebelarse ante ese sistema. En esto reconocemos las actitudes reivindicatorias y de reforma social que se dan por parte del adolescente en búsqueda de una posibilidad de realización.

Además de este duelo por la identidad —el estar fuera o no del sistema—, podemos identificar un duelo por la autoridad, estrechamente ligada a los padres. Gran parte de la frustración que implica elaborar el duelo por los padres de la infancia se manifiesta en el mundo externo. La forma en la que se lleve adelante este proceso condiciona la manera que tendrá la persona de introducirse en el mundo adulto. Un duelo fallido respecto de los padres ideales afecta a la construcción de una subjetividad adulta estable. Un caso puede ser la tendencia a la polarización en la que el discurso se manifiesta como una confrontación permanente. En estos casos se demuestra la necesidad de tener siempre un enemigo, lo que dificulta la integración al mundo como par, ya que la identidad se define en relación de oposición al otro.

La individualidad se va constituyendo en relación con las herencias recibidas y con las experiencias vividas. Se analiza la figura de Milei como un rebelde u *outsider* —término que, traducido como “forastero”, en el ámbito político designa a quien busca llegar al poder desde fuera del sistema— figura que es leída por ciertos sectores juveniles como alguien que “dice lo que nadie se anima”, que rompe con la clase política tradicional. Aquí observamos una identificación simbólica con su actitud desafiante, su agresividad performativa y su retórica disruptiva, actitudes que, regularmente, hallamos en el proceso de adolescencia.

De esta manera, vemos en los duelos y en el proceso de construcción generales que atraviesa un adolescente un marco útil para comprender la identificación simbólica de ciertos jóvenes con la figura de Milei.

Más allá del contenido: el fenómeno Milei y la identificación juvenil

Mediante el enfoque de la semiosis social desarrollado por Eliseo Verón, nos ha sido productivo estudiar el discurso de Milei no como estructura lingüística cerrada, sino, como un proceso social de producción de sentido el cual se encuentra en constante transformación.

Artículos de Investigación

El texto es un paquete signifiante que condensa operaciones ideológicas, históricas y culturales. El discurso de Milei en tanto fenómeno político y mediático produce sentido en la sociedad. Los adolescentes, más que una mirada racional hacia el discurso del presidente, lo ven —como se menciona anteriormente— como una mirada especular. La eficacia discursiva no está en el programa político sino en su performatividad, el discurso opera como interpelación afectiva “[...] lo que importaba no eran los argumentos específicos sino la promesa de rescate” (Rieff, 2024, p. 9). Estas producciones de sentido nos ayudan a entender cómo se maneja la sociedad elegida para el análisis, ya que “una cultura sólo puede estudiarse a través de los textos que produce” (Verón, 1987).

El discurso provocador de Milei no se da solo por elección personal, al contrario, esta elección se da porque ya hay un sistema disponible de sentidos compuesto por crisis de representación política, distanciamiento discursivo, cultura digital que privilegia lo disruptivo, lo fragmentario y lo emocional. Al mismo tiempo, una sociedad mediática que reconoce como legítimo el conflicto, los insultos, memes, etc. “Milei [...] se convirtió en un personaje conocido a nivel nacional [...] por su propensión a la provocación y su sed inquebrantable de confrontación” (Rieff, 2024, p. 6), Milei se vuelve un *signo*, una figura construida semióticamente.

A partir del recorrido analítico realizado, hemos intentado explicar y confirmar las hipótesis formuladas al inicio del proyecto. El análisis del corpus elegido gracias a su circulación masiva, permitió comprobar que el discurso de Milei no sólo puede ser leído desde su contenido ideológico. En efecto, mediante la recuperación de material para el corpus hemos podido observar que, como mencionamos al inicio, este sector de la sociedad dispuesto a escucharlo no manifiesta una identificación a partir del conocimiento por sus propuestas o los cambios que han visto en este gobierno. Más bien, lo que se observa es la repetición de ideas planteadas por el presidente hacia los gobiernos anteriores y a su manera de comunicarse, y quizá este sea el rasgo que permitió que el discurso y la performance de Milei prosperaran en ese contexto.

Los resultados de esta investigación nos aportan herramientas conceptuales para comprender otros fenómenos políticos emergentes, los cuales apoyan su campaña en formas de enunciación emocional y performativas. A su vez, nos fue posible reflexionar sobre las nuevas formas de identificación simbólica en la política, principalmente en la juventud.

A lo largo de este artículo se analizó el discurso de Milei desde el enfoque de la semiosis social de Eliseo Verón, articulado, a su vez, con teorías psicoanalíticas del desarrollo adolescente para poder argumentar la hipótesis principal. A través del análisis del corpus seleccionado, hemos podido observar cómo el discurso mileísta sale de las normas preestablecidas y se configura como una performance simbólica que presenta rasgos estructurales propios de un enunciador adolescente. Este modo de enunciación encuentra reconocimiento y legitimidad entre sectores juveniles de la sociedad argentina de los años 2022 aproximadamente hasta la actualidad. Su discurso es leído como una expresión de autenticidad y rebeldía. Pone en evidencia la transformación de los discursos políticos en la cultura digital donde la forma de decir importa tanto o más que el contenido.

Dado esto, queda por investigar cómo ese mismo discurso logró adquirir pregnancia en otros sectores sociales, pertenecientes a distintos rangos etáreos y situaciones socioculturales diversas. Esto nos permitirá examinar de qué manera los mecanismos de producción, circulación y reconocimiento operan de manera diferente según los contextos y grupos sociales. A su vez, abre la posibilidad a futuras indagaciones semióticas que aborden más allá de la dimensión juvenil para observar cómo la performance de Milei se resignifica y adapta en distintos espacios sociales, contribuyendo a comprender su eficacia política y sus efectos en el tejido social.

Artículos de Investigación

Corpus

El corpus utilizado para la elaboración del trabajo está conformado por los siguientes videos:

<https://www.youtube.com/shorts/Xu4BUG7vfN4?feature=share>

<https://youtu.be/3lfVH3QcS2w>

<https://www.youtube.com/shorts/84UQLjoyfCU?feature=share>

<https://youtu.be/G71fQUtPm7s>

<https://youtu.be/pRvRMIhcItg>

<https://www.youtube.com/shorts/rnMAr1SLo-s?feature=share>

<https://www.youtube.com/shorts/gHuSVBREwhE?feature=share>

Bibliografía

Aberastury, A. y Knobel, M. (1988). *La adolescencia normal: un enfoque psicoanalítico*. México, Editorial Paidós Mexicana, S.A.

Andrino, B. y Hidalgo Pérez, M. (2023, 21 de noviembre). ¿Quién ha votado a Milei? Así son sus apoyos por edad, género o territorio. *El País Argentina*.
<https://elpais.com/argentina/2023-11-21/mapa-quien-ha-votado-a-milei-asi-son-sus-apoyos-por-edad-genero-o-territorio.html>

Ariza, A., March, V., & Torres, S. (2023). *La comunicación política de Javier Milei en TikTok*. Intersecciones en Comunicación. Disponible en: https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2250-41842023000200006&script=sci_arttext

Laclau, E. y Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista: Hacia una radicalización de la democracia* (J. L. Etcheverry, Trad.). Buenos Aires, Siglo XXI Editores.

Magariños de Morentin, J. (2008). *La semiótica de los bordes. Apuntes de metodología semiótica*. Buenos Aires, Editorial Comunicarte / Colección Lengua &.

Mancuso, H. (1999). *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Lineamientos teóricos y prácticos de semioepistemología*. Buenos Aires, Paidós.

Material de cátedra Semiótica General UNL: Eliseo Verón y el modelo de la semiosis social (2015). Santa Fe, Universidad Nacional del Litoral.

Rieff, D. (2024). *El extraño caso de Javier Milei*. Letras Libres.

UNICEF Uruguay. (s.f.). *Cinco formas en que la pandemia impactó a los adolescentes*.
<https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/cinco-formas-en-que-la-pandemia-impacto-los-adolescentes>



Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

Volumen 7
Número 3
año 2025

“Temas Libres”

Artículos de Investigación

Verón, E. (1987). *La semiosis social 1. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona, Gedisa. (Ed. 1993).

Verón, E. (2002). Mediatización de la política: discursos en conflicto, cruces y distinciones. *DeSignis: Publicación de la Federación Latinoamericana de Semiótica*.
https://www.academia.edu/112363451/Mediatizaci%C3%B3n_de_la_pol%C3%ADtica_discursos_en_conflicto_cruces_y_distinciones?uc-sb-sw=15388315

Verón, E. (2013). *La semiosis social 2*. Buenos Aires, Paidós.

Tovorovsky, Julia (2025). Compilación general de videos. Canal de Youtube: <https://youtube.com/@juliatovorovsky?si=UoVYWJKdwrsrNN4S>