

Los "avatares políticos" en el espacio público virtual

The "political avatars" in the virtual public space

Fecha de recepción: 19 de diciembre de 2025

Fecha de aceptación: 20 de marzo de 2026

Gonzalo Garabedián¹

Resumen: En este ensayo, analizaremos la llamada "foto del tuit", que remite al 23 de septiembre de 2025, cuando el presidente argentino Javier Milei mantuvo una reunión con el presidente norteamericano Donald Trump en Nueva York, en el marco de la 80.ª Asamblea General de las Naciones Unidas. Durante el encuentro, Trump le entregó a Milei una versión impresa de una publicación digital que Trump mismo había realizado unas semanas atrás, en la red social digital "Truth Social".

El análisis de la "foto del tuit" se realizará desde la perspectiva que propone Sol Montero (2024). A partir de este ejercicio analítico, nos proponemos describir la relación entre el discurso político que circula en las redes sociales digitales con el fenómeno de los "avatares políticos", el nuevo estilo de liderazgo político y de ejercicio del poder basado en la performatividad escénica y en la intensidad de la experiencia emocional. También exploramos algunos interrogantes que surgen respecto al desplazamiento del discurso político desde la instituciones lógico-argumentales hacia las narrativas afectivas y la performance emocional. ¿Cuáles son las características que toma el discurso de los avatares políticos en el espacio público virtual? ¿Estamos simplemente ante un nuevo estilo de comunicación política o se trata de una transformación ontológica del poder? ¿Es posible pensar separadamente ambas dimensiones?

Para responder estos interrogantes, en primer lugar, nos adentramos en la definición del "avatar político" y en su capacidad de encarnar nodos de condensación afectiva. Luego, caracterizamos el escenario donde los avatares operan y circulan el discurso político en la actualidad: el espacio público virtual. En tercer término, aplicamos cinco claves de lectura propuestas en el libro de Montero –conversacionalidad, polémica, narratividad, hipertextualidad y posverosimilitud– para examinar el encuentro Milei-Trump y demostrar su valor como ejemplo del nuevo régimen de visibilidad del poder. Como corolario, presentamos consideraciones analíticas sobre el "cosplay político", un nuevo fenómeno de representación donde la celebración del engaño se erige, paradójicamente, como el nuevo sello de autenticidad de los nuevos liderazgos.

Palabras clave: foto del tuit, Javier Milei, Donald Trump, avatar político, Sol Montero, discurso político, performatividad

Abstract: In this essay, we analyze the "tweet photo," which refers to September 23, 2025, when Argentine President Javier Milei met with U.S. President Donald Trump in New York within the framework of the 80th United Nations General Assembly. During the meeting, Trump presented Milei with a printed version of a digital post that Trump himself had shared a few weeks prior on the social media platform "Truth Social."

¹ Licenciado en Ciencia Política por la Facultad de Ciencias Sociales, (Universidad de Buenos Aires), maestrando en Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Tandil. Identificador ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-9250-7682>. Correo electrónico: gonzalagarabedian1@gmail.com

The analysis of the "tweet photo" will be conducted from the perspective proposed by Sol Montero (2024). Through this analytical exercise, we aim to describe the relationship between political discourse circulating on digital social networks and the phenomenon of "political avatars"—a new style of political leadership and exercise of power based on scenic performativity and the intensity of emotional experience. We also explore several questions regarding the shift of political discourse from logical-argumentative institutions toward affective narratives and emotional performance: What are the characteristics of the discourse of political avatars in the virtual public square? Are we simply witnessing a new style of political communication, or is this an ontological transformation of power? Is it possible to consider these two dimensions separately?

To answer these questions, we first delve into the definition of the "political avatar" and its capacity to embody nodes of affective condensation. Second, we characterize the setting where these avatars operate and circulate political discourse today: the virtual public square. Third, we apply five keys of interpretation proposed in Montero's book—conversationality, polemic, narrativity, hypertextuality, and post-verisimilitude—to examine the Milei-Trump encounter and demonstrate its value as an example of the new regime of power visibility. As a corollary, we present analytical considerations on "political cosplay," a new phenomenon of representation where the celebration of deception paradoxically stands as the new hallmark of authenticity for modern leadership.

Keywords: *Tweet photo, Javier Milei, Donald Trump, political avatar, Sol Montero, political discourse, performativity*

La foto del tuit: una escena del poder en la era digital

El 23 de septiembre de 2025, el presidente argentino Javier Milei mantuvo una reunión con el presidente norteamericano Donald Trump en Nueva York, en el marco de la 80.^a Asamblea General de las Naciones Unidas. Durante el encuentro, el norteamericano expresó su respaldo a la política económica argentina y manifestó su apoyo político de cara a las elecciones de octubre. Mientras hacía su declaración, le entregó a Milei una versión impresa de una publicación digital que el propio Trump había realizado unas semanas atrás, en la red social digital "Truth Social". El texto enuncia lo siguiente:

El muy respetado presidente de Argentina, Javier Milei, ha demostrado ser un líder verdaderamente fantástico y poderoso para el gran pueblo argentino, avanzando en todos los niveles a una velocidad récord. El heredó un 'desorden total' con una inflación terrible causada por el anterior presidente de la izquierda radical (al igual que el corrupto Joe Biden, el peor presidente de la historia de nuestra nación), pero ha devuelto la estabilidad a la economía argentina y la ha elevado a un nuevo nivel de prominencia y respeto. Hemos tenido una tremenda relación con Argentina, que se ha convertido en un fuerte aliado, gracias al presidente Milei. Espero seguir trabajando estrechamente con él para que ambos países puedan continuar sus increíbles caminos de éxito. Argentina: Javier Milei es un muy buen amigo, luchador y ganador, y tiene mi respaldo completo y total para la reelección como presidente, ¡nunca te decepcionará!

Con gesto rígido, Milei sostiene el texto impreso frente a los periodistas durante varios minutos. El registro de la escena será ampliamente difundido en los medios de comunicación tradicionales y, sobre todo, en las redes sociales digitales. Su difusión viral tenía como objetivo hacer de "la foto del tuit" un símbolo de respaldo político y económico para el gobierno argentino, en medio de fuertes rumores sobre una posible devaluación antes de las elecciones de octubre. Posteriormente, diversas fuentes señalaron que fue el propio Milei quien había preparado la impresión de la publicación y se la entregó previamente a Trump, para luego escenificar su "regalo" ante las cámaras (El Doce, 2025). Lejos de representar un punto débil en la caracterización de la escena o un descuido por el cual el gobierno argentino haya tenido que dar explicaciones, este tipo de artificios forman parte de una nueva lógica de visibilidad política donde la exhibición de la simulación –el signo previamente fabricado– no revela incoherencia, sino que se presenta como un rasgo de autenticidad.

En este artículo, analizaremos "la foto del tuit" desde la perspectiva que propone Sol Montero (2024) en *Avatares en el poder. Claves del discurso político en redes*. Nos proponemos describir la relación entre el discurso político que circula en las redes sociales digitales con el fenómeno de los "avatares políticos", el nuevo estilo de liderazgo político y de ejercicio del poder basado en la performatividad escénica y en la intensidad de la experiencia emocional. También exploramos interrogantes que surgen respecto al desplazamiento del discurso político desde las instituciones lógico-argumentales hacia las narrativas afectivas y la *performance* emocional. ¿Cuáles son las características que toma el discurso de los avatares políticos en el espacio público virtual? ¿Estamos simplemente ante un nuevo estilo de comunicación política o se trata de una transformación ontológica del poder? ¿Es posible pensar separadamente ambas dimensiones?

A los efectos de este análisis, comenzamos por indagar en la definición del 'avatar político', describimos la intensidad volátil que lo caracteriza y analizamos su capacidad de encarnar nodos de condensación afectiva. Luego, caracterizamos el escenario donde los avatares operan y circulan el discurso político en la actualidad: el espacio público virtual. En tercer término, aplicamos cinco claves de lectura propuestas en el libro de Montero –conversacionalidad, polémica, narratividad, hipertextualidad y posverosimilitud– para examinar el encuentro Milei-Trump y demostrar su valor como ejemplo del nuevo régimen de visibilidad del poder. Como corolario, presentamos consideraciones analíticas sobre el "cosplay político", un nuevo fenómeno de representación donde la celebración del artificio se erige, paradójicamente, como el nuevo sello de autenticidad de los nuevos liderazgos.

Avatares políticos: encarnar emociones y generar comunidad

La palabra "avatar" proviene del sánscrito (*avatāra*) y significa "encarnación". En la tradición hindú, el *avatāra* designa la manifestación terrenal de una deidad –principalmente Vishnú– que desciende al mundo para restaurar el orden cósmico (*dharma*). Cada avatar encarna simultáneamente lo divino y lo humano, el orden y el caos, operando como figura de mediación entre ambos planos. Esta duplicidad –el "doble sagrado" (Eliade, 1981, p. 66)– supone que toda encarnación implica una degradación: el dios debe asumir forma humana, y por ello, sufrir los lími-

tes del mundo. En su uso contemporáneo, a partir de la expansión de la cultura digital, la palabra avatar pasó a designar la representación gráfica o identidad virtual de un usuario en entornos digitales. Esta acepción del término conserva una dimensión central del significado original: la idea de una doble existencia, en la que un sujeto se manifiesta en el mundo mediante una figura que lo representa, lo encarna o actúa en su nombre dentro de un espacio distinto.

En su análisis, Montero (2024) recupera esta noción del "doble virtual" para pensar la escisión constitutiva del avatar político contemporáneo: un cuerpo físico que debe someterse a las exigencias performativas de su personaje digital. Presenta a los nuevos líderes políticos como personajes performativos digitales, que encarnan simbólicamente emociones sociales, operan como nodos de sentido afectivo y se comunican, principalmente, mediante imágenes, memes y tuits, antes que a través de programas de gobierno o ideologías. A diferencia de la representación clásica, donde el líder actúa un rol institucional, la lógica performativa de los avatares políticos implica un tipo de encarnación simbólica: su discurso no solo enuncia una posición, sino que "hace existir" una comunidad afectiva. En términos de Judith Butler, "la performatividad no describe, sino que produce realidad social" (2001, p.175). En este sentido, el avatar político no representa a un colectivo pre-existente, sino que lo constituye en el mismo acto de mostrarse, de tuitear o de hablar en *stream*². Su presencia mediática genera la ilusión de un "nosotros" inmediato, una comunidad convocada por la fuerza emocional de la *performance*.

Para explicar su capacidad encarnatoria, Montero utiliza el concepto de "nodos afectivos" elaborado por Sara Ahmed (2015) y Zizi Papacharissi (2015), que son retomados por Calvo y Aruguete (2021 y 2023) en sus trabajos recientes sobre polarización y comunicación digital. Según estos autores, los "nodos afectivos" son dispositivos de identificación que organizan el sentido político mediante la emoción y funcionan como centros de gravedad simbólica que articulan lo disperso, permitiendo que múltiples experiencias individuales se integren en una misma narrativa emocional. Son puntos de condensación emocional donde circulan pasiones, resentimientos y deseos colectivos expresados en palabras, imágenes, *hashtags*, frases o figuras que logran activar, articular y conectar emociones como la ira, la empatía, el miedo, el orgullo o la esperanza— en torno a un sentido político compartido.

Además de ser estructuras simbólicas de identificación, los nodos afectivos forman parte de la economía política de la atención que rige las plataformas digitales. Los afectos circulan a través de las redes sociales creando "espacios públicos afectivos", donde las emociones colectivas se amplifican y se transforman en fuerza de cohesión o conflicto. Estas emociones son capitalizadas por algoritmos que premian la intensidad afectiva con visibilidad. Es así como, en el mundo digital, los afectos no sólo articulan sentido político, sino que se convierten en la materia prima del negocio comunicacional. El enojo, la indignación o la esperanza funcionan como vectores de acumulación de atención, integrando el campo político a la lógica del mercado virtual de las emociones (Papacharissi, 2015). De este modo, el espacio político virtual se desplaza hacia un régimen de visibilidad donde lo político se

² El término stream (del inglés streaming) refiere a la transmisión de contenido audiovisual en tiempo real a través de plataformas digitales. En el campo de la comunicación digital, se utiliza para describir prácticas de emisión en vivo que habilitan formas de interacción inmediata entre emisores y audiencias

convierte en una imagen circulante que ofrece una experiencia emocional consistente y tiene la capacidad de generar adherencia afectiva en quienes la consumen.

La lógica descripta no solo redefine la comunicación del poder, sino que podría transformar su propia ontología, ya que el avatar político deja de hablar en nombre del pueblo para convertirse en su espejo emocional. Ya no se trata de "representar a...", sino de "ser representación de...". En estos términos, la autoridad se funda sobre la posibilidad de sostener el poder performativo que se espeja en el principio de la circulación afectiva y en el reconocimiento de sus seguidores. Cada interacción digital –*like*, retuit o comentario– actúa como una renovación efímera del pacto simbólico que lo mantiene vivo en su rol. En ese sentido, la vulnerabilidad no constituye un defecto del liderazgo digital, sino su condición ontológica: el poder avatarial es simultáneamente omnipresente y precario, sagrado y profano, instituido en la circulación de su gesto reactivo a la vez que expuesto a su disolución inmediata bajo la lógica de la economía política de la atención.

La intensidad volátil de los afectos digitales

El avatar político gobierna desde la exposición continua ante sus seguidores. Su fortaleza proviene de la intensidad del vínculo afectivo y su fragilidad, de la volatilidad del reconocimiento. Para ejemplificar sobre esta cuestión, Montero (2024) retoma la experiencia de la pandemia, cuando las redes sociales se convirtieron en el espacio casi exclusivo donde se desplegaron los nodos afectivos como condensadores de esperanza y frustración. En el capítulo 2 ("Hazme una pregunta". El discurso político como conversación), se analizan las interacciones digitales en Twitter del expresidente Alberto Fernández durante el período del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (en adelante, ASPO), las cuales ofrecen una demostración ejemplar sobre la potencia y la volatilidad de este tipo de vinculaciones afectivas. Repasemos brevemente.

Durante los primeros meses del ASPO, los tuits del expresidente Alberto Fernández condensaban una narrativa de cuidado, responsabilidad y sacrificio colectivo. Su tono empático y su apelación a la solidaridad generaron una comunidad afectiva digital que reforzaba la legitimidad del aislamiento. Montero retoma tuits que aportaron a la construcción de la propia imagen de Fernández y explora el empleo del retuit citado de otros usuarios, lo que le permitía al expresidente mantener una suerte de diálogo con la ciudadanía al compartir dibujos y mensajes de niños y madres, alentar a estudiantes a rendir sus exámenes o desearles feliz cumpleaños a sus seguidores, siempre en el marco de la narrativa del cuidado y de "quedarse en casa". Por ese entonces, llamaba mucho la atención la actividad digital del mandatario en horas de la madrugada, pero poco importaba si era él mismo quien lo hacía o su *community manager*, el efecto enunciativo era el de coexistir en la plataforma desde un *ethos* paternal en tanto configuración discursiva de una autoridad familiar y protectora que funcionaba como signo de cercanía emocional.

Sin embargo, esta comunidad afectiva se sostenía sobre una identificación volátil, sujeta a una permanente validación performativa. En el caso específico de Fernández y el contexto de la pandemia, la autoridad del avatar político dependía de mantener cierta consistencia emocional respecto a la narrativa del cuidado. Por eso, cuando se difundió la foto del cumpleaños en Olivos que tuvo lugar durante el

ASPO, el signo de afecto que el expresidente había logrado en su imagen de padre protector devino en indignación profunda al desvanecerse la ilusión de representación emocional que encarnaba durante el periodo de aislamiento. Fue así como la misma red que lo había elevado como símbolo de cuidado, se convirtió en el espacio de su caída simbólica y el "nodo afectivo" que sostenía su figura de autoridad protectora se fracturó, el cariño se volvió resentimiento y la aprobación de su imagen pública cayó a sus niveles más bajos desde el inicio de su presidencia³. Twitter y WhatsApp actuaron como aceleradores emocionales, amplificando la indignación moral y reescribiendo el relato de la pandemia en clave de traición e hipocresía. La abrupta caída de la imagen de Fernández permite observar cómo las redes sociales digitales funcionan como condensadores y transmutadores de emociones políticas, capaces de sostener o disolver la ilusión de comunidad en un entorno donde la intensidad emocional no garantiza estabilidad, sino que alimenta una permanente oscilación entre la adoración fanática y el repudio exacerbado.

Como contracara al colapso simbólico de la autoridad presidencial, comenzó a consolidarse un nuevo nodo afectivo estructurado en torno al enojo. Ese enojo no fue simplemente una reacción moral frente a la transgresión de una norma ética, sino una emoción política disponible para ser capitalizada. La indignación acumulada durante la pandemia –por el encierro, la crisis económica y la desigualdad en las reglas de aislamiento– encontró en las redes sociales digitales un espacio de circulación y ampliación continua, donde la crítica a la "casta política" se transformó en una narrativa transversal. En ese clima, el discurso de Milei emergió como una matriz de resonancia emocional: su grito "¡Viva la libertad, carajo!" condensó la rabia contra la clase dirigente y ofreció una vía simbólica de redención a quienes se sentían traicionados o humillados.

El nodo afectivo del enojo operó como base de una nueva comunidad digital, articulada más por el rechazo que por la esperanza. En la gramática política de Milei, la frustración se tradujo en energía moral: el "ellos" corrupto y parasitario frente a un "nosotros" moral, productivo y libre. Las redes sociales digitales –especialmente Twitter/X– funcionaron como cámaras de eco donde el resentimiento se estetizó, se volvió meme, consigna y signo. Desde allí, el avatar libertario logró absorber la negatividad del malestar social y transformarla en potencia performativa, encarnando el deseo de demolición del viejo orden (Oria, 2020). A partir de esas emociones negativas, logró configurar un "nosotros" cohesionado por una narrativa épica que generó sentimientos de exaltación e identificación. De este modo, Milei no solo capitalizó el enojo disponible, sino que se convirtió en el avatar del malestar social, un nodo afectivo vivo capaz de condensar frustraciones dispersas en una nueva identidad política. Su figura funcionó como canalizador simbólico de la rabia colectiva que logró encontrar un cuerpo, un rostro y un relato que la encarne, transmutando la indignación en fuerza movilizadora.

Desde esta perspectiva, es interesante observar como la eficacia performativa del avatar se encuadra dentro de una estrategia deliberada de grupos de interés. Aquí, la hipótesis de Giuliano da Empoli (2020) sobre los "ingenieros del caos" resulta iluminadora: detrás del baile frenético del avatar, existe una estrategia

³ Se tomaron como referencia las encuestas de aprobación de imagen presidencial de las consultoras seleccionadas por el Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica, 2021.

deliberada para explotar la ira en clave algorítmica. Los estrategas-gurús del capitalismo de plataformas (Srnicek, 2017) operan como ingenieros, identificando y amplificando los nodos afectivos de resentimiento para convertirlos en combustible político, en un proceso donde el *engagement*⁴ emocional prima sobre cualquier contenido programático. De este modo, el gesto performativo y su consiguiente adherencia afectiva se revela como la materia prima para los ingenieros del caos que modulan la economía política de la atención.

Al indagar en este fenómeno, surgen interrogantes críticos sobre la manera en que las transformaciones tecnológicas reconfiguran el poder, intensifican las narrativas de la violencia y redefinen las estrategias de disputa política, tanto en las nuevas derechas como en los progresismos globalistas. Si bien inédito en muchos aspectos, el caso del presidente Milei no es un fenómeno aislado, sino un síntoma de una transformación estructural del espacio público y los modos de hacer política en el espacio público virtual, donde la visibilidad se conquista a través de la intensidad afectiva y la polarización.

La aparición de este nuevo espacio para hacer política reconfigura la relación entre el poder y la comunidad. Para poder dimensionar este proceso, es interesante situarlo en una perspectiva histórica más amplia, atendiendo las transformaciones del espacio público político y los modos en que el discurso ha circulado en cada época. Desde la palabra pronunciada en el ágora griega hasta la clave algorítmica de las plataformas digitales, los dispositivos de visibilidad han redefinido las condiciones de aparición de lo político y las reglas que estructuran la producción y circulación del discurso político en cada formación histórica.

El discurso político y el “espacio de aparición”

En el campo de la producción teórica existen tres grandes perspectivas para pensar el discurso político (Montero, 2024). Desde una primera perspectiva, de carácter funcionalista, el discurso político se define por su finalidad estratégica: busca “regular el mundo, influir sobre la opinión pública o agrupar comunidades en torno a valores, creencias e intereses comunes” (Pêcheux, 1975, p. 45). Una segunda corriente teórica lo vincula con su origen institucional, entendiendo que la eficacia del discurso depende de la posición de poder de quien lo enuncia y de su capacidad de ejercer autoridad simbólica o carisma (Weber, 1999). En este enfoque, lo político se asocia a la posesión de capital simbólico y al control del espacio de enunciación. Por último, existe una tercera perspectiva, de tipo identitaria, que concibe el discurso político como un campo de constitución de subjetividades y agrupamientos colectivos. Dentro de esta mirada, el discurso puede entenderse como la manifestación material de la ideología (Pêcheux, 1975), constituyendo un punto de encuentro entre la historia y la lengua. Por su parte, Michel Foucault afirma que el discurso es a la vez “producto, soporte y efecto de las relaciones de poder, como también objeto de su disputa” (Foucault, 2005, p. 59). Los trabajos que nutren esta corriente coinciden en que el discurso político no se limita a comunicar ideas, sino que es un acto

⁴ La palabra *engagement* refiere al grado de interacción y compromiso de los usuarios con un contenido digital, medido a través de acciones como “likes”, comentarios, compartidos o tiempo de visualización. En el contexto de las plataformas digitales, constituye un indicador central para la valorización de contenidos, en tanto expresa la capacidad de captar y retener la atención de las audiencias.

que construye realidades, moldea lo social y configura subjetividades y tiene como rasgo político fundante la capacidad de trazar un "nosotros" y un "ellos" (Veron, 1987). En la esfera de interacción digital, este último fundamento se revela en la creación de una "comunidad afectiva" (Montero, 2024, p. 30).

Ahora bien, ¿cuál es el escenario por donde circula y se despliega el discurso político hoy? En las últimas décadas, a partir del auge de la hiperconectividad digital que trajo la internet móvil, ha tomado centralidad un espacio en el que "la visibilidad, la performatividad y la emocionalidad se entrelazan: el espacio público virtual" (Montero, 2024, p. 25). Para orientar la reflexión crítica en este nuevo escenario, resulta valioso retomar la idea de "espacio de aparición" de Hannah Arendt. Su marco conceptual, centrado en la visibilidad y la acción performativa, ofrece un lente insoslayable para problematizar la nueva esfera por donde circula el discurso político en la actualidad.

El "espacio de aparición" de Arendt es una esfera pública y política donde las personas se reúnen para manifestarse a través del discurso, son visibles por los demás y tiene la más amplia publicidad posible (Arendt, 1996). Este espacio funciona como un teatro de la libertad humana, donde la identidad individual encuentra confirmación a partir de la interacción con los otros. En su obra *¿Qué es la libertad?* (1996), la autora caracteriza el espacio público político en clave metáfora teatral, donde hay pluralidad de agentes y que lo constituyen tanto actores como espectadores:

La *polis* griega fue, en tiempos antiguos, precisamente esa "forma de gobierno" que daba a los hombres un espacio para sus apariciones, un espacio en el que podían actuar, una especie de teatro en el que podía mostrarse la libertad. (Arendt, 1996, p. 166)

En la Grecia clásica se instituye el primer modelo de espacio público deliberativo. El *ágora*, centro simbólico de la *polis*, era simultáneamente espacio físico y político donde el ciudadano libre ejercía el *logos* como forma de poder. La palabra era performativa: hablar era hacer política. La esfera pública era el único lugar donde los hombres podían mostrar real e invariablemente quienes eran. No obstante, este espacio fundacional estaba atravesado por la exclusión –solo varones libres podían participar– anticipando la delimitación de un "nosotros" habilitado para tomar la palabra (Arendt, 2009).

Siglos después, en Roma, el foro reemplazó al *ágora* como espacio de deliberación, al tiempo que la palabra política se institucionalizó. El discurso se volvió jurídico y estatal, mediado por grandes figuras oratorias como Cicerón, y pasó a ser instrumento de legitimación del poder imperial. En este período, comenzó una tendencia de circulación vertical del discurso –de las élites hacia las masas– lo cual marcará el devenir de la política occidental de los siguientes siglos (Arendt, 2009). Durante la Edad Media, el discurso político se replegó en la esfera religiosa. La Iglesia monopolizó el lenguaje de la legitimidad y fundó una retórica de la salvación, donde la autoridad provenía de lo divino (Foucault, 2006). El poder real se comunicaba a través de rituales y símbolos más que por el debate público, desplazando la deliberación hacia una retórica de la obediencia. El púlpito, la procesión o la liturgia se convirtieron en los principales escenarios de la palabra política.

Fue recién hacia mediados del siglo XV, con la aparición de la imprenta, cuando se transformó de manera radical la circulación del discurso político. Con la llegada del paradigma de la Ilustración, nació la "esfera pública burguesa", espacio donde se configuró la opinión pública moderna (Habermas, 1981). Durante ese período, el discurso se racionaliza, se seculariza y se democratiza parcialmente. Aparece el ciudadano lector y la palabra política se desplaza del templo y el tribunal a los salones, cafés, tabernas y a la plaza pública, antiguo espacio de acción política griego, profundamente revitalizado gracias a la notable masividad que tomaban las publicaciones de las imprentas y los periódicos.

Ya en el siglo XX, la expansión de la prensa, la radio y la televisión inaugura la era de la mediatización política. El discurso se reconfigura bajo el dominio de la imagen y la emoción. Guy Debord describe este proceso como la "sociedad del espectáculo", donde el poder se escenifica y el líder carismático se vuelve mediador afectivo entre las masas y el Estado (Debord, 1967). La ciudadanía pasa de ser interlocutora a ser audiencia. Hacia finales de siglo, aparece el concepto de la video-política (Sartori, 1998) para describir la transformación fundamental de la política en la era de la televisión y la comunicación mediatizada toma un lugar central en la expresión del discurso político.

Finalmente, en nuestros días, las redes sociales digitales –Twitter/X, Facebook, Instagram, TikTok– redefinen el espacio de circulación del discurso político. Asistimos a una desinstitucionalización de la mediación: los partidos y los medios dejan de ser los únicos organizadores de la palabra pública. Cada usuario se convierte en emisor y receptor, creando un entorno "conversacional, hipertextual y emocional" (Montero, 2024, p. 30). La encarnación online del doble virtual trae aparejada la exposición de la intimidad personal. Lo público adopta los modos y tonos de lo privado, y lo privado se politiza y se ofrece en escenificación dramática (Sibilia, 2008). Los líderes interactúan con sus seguidores en una aparente paridad, los relatos se acortan, lo programático se diluye y lo afectivo se intensifica. Uno de los mayores problemas que presentan las lógicas algorítmicas es que segmentan, vigilan y manipulan la atención y afectan la relación entre política y verdad. La comunicación en red no replica el modelo de interlocución estructurado de los medios tradicionales, sino que es dispersa, interactiva, horizontal y emocionalmente intensa. Las "reacciones" no responden a la lógica racional del intercambio argumentativo, sino a alineamientos afectivos que consolidan identidades a partir del rechazo al otro. La polarización afectiva se nutre de procesos como la atención selectiva, la disonancia cognitiva y los efectos burbuja o cámaras de eco que refuerzan creencias preexistentes y que los propios algoritmos incentivan. Esto deriva en expresiones de rechazo visceral a las ideas, los discursos y los marcos de referencia del otro, incluso cuando podría haber coincidencias en el plano de los programas políticos o económicos de gobierno (Calvo y Aruguete, 2023). La proliferación de noticias falsas y mensajes de odio no hacen más que exacerbar este rechazo al grupo exógeno.

En este contexto, la política deja de centrarse en el debate de ideas y se convierte en una práctica de consumo simbólico, donde las adherencias y reacciones se manifiestan como alineamientos afectivos. En un escenario así, no debe sorprendernos que se susciten cambios profundos en la lógica democrática y en los modos de ejercer ciudadanía (Montero, 2024). Muchos estudios sociales advierten que, sobre todo durante las campañas electorales, las personas ya no se sientan

motivadas a expresar ideas, sino a reaccionar sobre sus preferencias en una lógica de consumo (van Dijck, 2013; Papacharissi, 2015; Srnicek, 2017).

En síntesis, el espacio público virtual redefine radicalmente el vínculo entre discurso y poder. Si el ágora fue el espacio del ciudadano, el foro romano el del orador, la imprenta el del lector y la televisión el del espectador, las redes constituyen el espacio del usuario: un sujeto hiperconectado, emocionalmente polarizado y permanentemente convocado a "actuar" su identidad en un régimen de visibilidad permanente. Tal como advierte Byung-Chul Han, "la psicopolítica digital fomenta la autoexplotación, la inmediatez y el aislamiento, configurando una subjetividad atrapada en la paradoja de una libertad vigilada dentro de una ingeniería diseñada para la captura afectiva y la polarización" (Han, 2014, p. 102). Este espacio está mediado por lógicas algorítmicas que convierten la emocionalidad en mercancía y la polémica en *engagement*. En ese sentido, puede comprenderse simultáneamente como un espacio que emancipa, pero a la vez disciplina, ya que amplía la posibilidad de la palabra al mismo tiempo que la somete a la economía de la atención. Para analizar este nuevo régimen de visibilidad selectiva del discurso político en redes, Montero (2024) propone cinco claves de lectura que permiten descifrar los códigos discursivos de los avatares políticos en las redes sociales digitales.

La gramática emocional del poder digital: cinco claves de lectura

Como vimos hasta aquí, el poder digital no habla el lenguaje de los programas de gobierno ni de las ideologías, sino que ha aprendido a expresar en palabras y signos la gestualidad de las emociones. Para comprender esta nueva configuración discursiva, Montero (2024) ofrece cinco claves de lectura que, en su conjunto, configuran la gramática emocional del discurso político en redes. Estas son: 1) la conversacionalidad emocional, 2) la polémica metadiscursiva, 3) la narratividad, 4) la hipertextualidad citativa y 5) la posverosimilitud. A través de ellas, la política deja de ser un campo de representación racional y se transforma en una práctica performativa y afectiva, en la que el liderazgo se ejerce mediante gestos, reacciones y símbolos que circulan y se amplifican deliberadamente en la red.

El citado episodio del encuentro entre Trump y Milei en Nueva York funciona como una condensación ejemplar de estas dinámicas. Como señalamos en la introducción, el presidente norteamericano le había "obsequiado" al mandatario argentino una impresión de un mensaje publicado en su red social digital "Truth Social". Este gesto puede leerse como una puesta en escena del poder avatarial: un acto donde la comunicación digital se vuelve ritual político y la emoción sustituye al argumento. El tuit impreso no comunica información precisa ni establece principios para una política bilateral sostenida, sino que consagra una alianza discursiva entre dos avatares políticos y sus comunidades digitales globales. A continuación, desarrollaremos cada clave de lectura tomando "la foto del tuit" como ejemplo.

La primera clave es el carácter conversacional y emocional del discurso político en redes. Montero (2024) observa que la comunicación política ha dejado de estructurarse como una declaración vertical para devenir conversación continua, atravesada por la lógica del *like*, la réplica y la reacción. Hemos visto cómo en este espacio, los líderes no buscan convencer mediante argumentos, sino generar adhesión afectiva. Cada publicación funciona como detonante emocional, apelan-

do a la empatía, la indignación, el entusiasmo o el enojo. Desde esta primera clave, la publicación de Trump no pretende informar sobre la gestión de Milei, sino producir una sensación de cercanía y afinidad. El lenguaje conversacional de su tuit, cargado de apelativos, abundante en elogios y carente de precisiones, sustituye la distancia institucional propia de un encuentro diplomático por la intimidad uno-a-uno, que exalta el valor de su amistad y apoyo mutuo y adopta el registro propio del discurso conversacional de las redes: se dirige directamente a la comunidad de seguidores con una voz cercana, casi informal, en la que el mandatario norteamericano se posiciona no como un jefe de Estado, sino como un líder de opinión en diálogo constante con su audiencia.

A su vez, el tono del mensaje está deliberadamente cargado de *pathos*, es decir, de una apelación emocional orientada a movilizar la adhesión de su audiencia. La hipérbole ("ha devuelto la estabilidad a la economía argentina y la ha elevado a un nuevo nivel de prominencia y respeto") funciona como recurso retórico típico del estilo trumpista, que amplifica los logros y dramatiza los conflictos para reforzar la identificación afectiva. El uso de expresiones enfáticas ("tremenda relación", "un fuerte aliado", "líder fantástico y poderoso", "mi respaldo completo y total") evidencia la dimensión emocional del enunciado. Trump no se limita a elogiar la gestión de Milei: lo avala emocionalmente, lo valida como amigo y como luchador, categorías que operan en un registro simbólico de camaradería y épica compartida. Lo que se construye en esta interacción no es simplemente una alianza entre Estados, sino una alianza de estilos, una retórica compartida donde la conversación digital sustituye la deliberación política y el afecto reemplaza al argumento. En esta dinámica, el discurso político busca producir efecto emocional inmediato en el público, fortaleciendo el vínculo simbólico entre ambos líderes y sus comunidades digitales.

La segunda clave de lectura se centra en la exacerbación de las polémicas en torno al uso de las palabras. Como hemos señalado en este trabajo, en la esfera pública virtual las palabras no buscan describir la realidad, sino producirla afectivamente. Cada término se convierte en una marca de identidad, un signo de pertenencia y exclusión al mismo tiempo. La palabra se transforma así en un campo de batalla simbólico donde cada adjetivo, cada metáfora o exclamación cumple la función de activar resonancias afectivas que provocan adhesión o rechazo. En ese sentido, el tuit de Trump dedicado a Milei no es un simple gesto diplomático, sino una puesta en escena de afinidad ideológica. Los adjetivos "luchador", "ganador" y "amigo" no sólo elogian; codifican una narrativa heroica compartida, una gramática común de los outsiders que desafían al sistema político y mediático dominante. Cada palabra reafirma la identidad del líder rebelde y su pertenencia a una comunidad emocional transnacional que se autodefine en oposición al "globalismo", la "casta" o la "izquierda radical" de los gobiernos "corruptos" que dejaron un "desorden total" en ambos países.

Esta lógica de la velocidad y resonancia inmediata es inherente a la dinámica polarizadora de las redes sociales. La esfera digital amplifica las divisiones afectivas al convertir cada signo en un estandarte y el hashtag se convierte en una bandera de identificación político-afectiva de gran intensidad. No se trata sólo de un mensaje de apoyo, sino de una provocación dirigida a un "ellos" difuso. En el caso de Trump y Milei, refieren a un "otro" que varía entre los progresismos, las élites políticas, los medios de comunicación tradicionales, la corrección política o cualquier

grupo que sirva para trazar una frontera de diferenciación y conflicto. La polémica se vuelve, entonces, el motor de la visibilidad y habilita de manera permanente la posibilidad de que una sola palabra, repetida, compartida o impresa, funcione como contraseña emocional instantánea de una comunidad global de creyentes.

La tercera clave es la explosión del carácter narrativo del discurso político. En el contexto de las redes, la palabra política se organiza en torno a relatos antes que a argumentos. Los líderes construyen su identidad mediante historias breves y potentes, fácilmente compartibles, donde encarnan arquetipos reconocibles: el héroe, el mártir, el redentor, el loco, el rebelde, entre otros. En ese sentido, Trump y Milei participan de la misma mitología: la del *outsider* que llega a "salvar" a su nación del colapso moral y económico causado por las élites y las castas. Cuando el tuit define a Milei como "ganador" y "luchador" y narra que "ha elevado a la Argentina a un nuevo nivel de prominencia y respeto", no describe hechos concretos, sino que consagra una narrativa épica compartida. Cada adjetivo, cada frase, funciona como un eslabón de un relato más amplio que establece roles, identifica enemigos y legítima aliados dentro de una historia global de redención política.

De este modo, el *storytelling* político opera también como mecanismo de fidelización de seguidores. Cada interacción digital, cada posteo o comentario, se integra en un relato que permite al público reconocerse y reforzar una narrativa compartida. Por otra parte, el gesto físico –Trump entregando el mensaje y Milei recibéndolo como reliquia– amplifica la narración, transformando un contenido digital efímero en un episodio tangible que se fortalece en la fijación impresa de un relato compartido. Aquí, la narrativa se convierte en instrumento de poder: no se trata de convencer con datos, sino de vitalizar un universo simbólico de sus comunidades digitales.

La cuarta clave del análisis es el carácter hipertextual e intensamente citativo del discurso político en redes. Aquí, Montero (2024) pone el foco en cómo los mensajes circulan, se fragmentan y se resignifican en un entorno digital sin pausa. En este espacio, cada post, comentario o tuit puede ser recortado, reinterpretado, mezclado o parodiado, generando un flujo constante de fragmentos que alimentan la visibilidad del líder. Sobre este punto la autora señala que la política contemporánea se vuelve esencialmente citacional: los avatares políticos se autorepican, se referencian, se multiplican simbólicamente y crean un sistema rizomático donde cada fragmento contribuye a construir y expandir la presencia continua del líder en la esfera pública digital.

Con relación a esta dinámica de visibilidad viral, el tuit de Trump fue citado ampliamente en redes –sobre todo por la propia comunidad de Milei– como testimonio de apoyo político. Pero, también, ha sido extensamente referenciado en tono burlesco y ridiculizante como símbolo de entrega y sumisión (Diario Registrado, 2025). En el flujo incesante de la red, los fragmentos citados pueden ser reinterpretados, ridiculizados o incluso deslegitimados. Dentro de esta clave citacional y conversacional del discurso digital, todo signo es siempre ya una recirculación y el autor pierde potencia de sentido apenas publica su texto original. Si en la década de los 60 Roland Barthes (2013) proclamaba la emancipación del texto respecto de su autor, las redes sociales digitales son el escenario dónde esta separación se consuma una y otra vez, cuando en cada retuit un usuario hace propias las palabras de otro y, consecuentemente, proyecta un nuevo sentido discursivo a cada texto citado, diferente al de su autor original.

Algo interesante para destacar en el caso de "la foto del tuit" es que la mate-

rialización del mensaje transforma un flujo digital replicable en un objeto con permanencia: lo que era efímero adquiere un estatuto de trascendencia simbólica. Además, este acto de fijar materialmente la publicación funciona como un mecanismo de control sobre la interpretación del mensaje. Al transformar el tuit en un objeto físico, se termina por imponer un marco de lectura específico: el mensaje no es solo un elogio, sino un ritual de legitimación y consagración simbólica. La hipertextualidad digital, normalmente dispersa y atomizada, se convierte aquí en una herramienta de concentración semiótica: el gesto performativo cristalizado en "la foto del tuit" concentra la narrativa, condensa la emoción y asegura que la referencia citativa no se diluya en el flujo interminable de la información en red. En este sentido, se revela cómo los avatares políticos manipulan simultáneamente la circulación digital y la materialidad simbólica para reforzar su autoridad emocional, su presencia en la esfera pública global y el sentido narrativo de sus gestos.

Finalmente, la quinta clave de lectura refiere al desplazamiento del discurso político más allá de la verdad y de lo verosímil. Como hemos visto, en el régimen de los avatares políticos, lo que importa no es la correspondencia entre los enunciados y los hechos, sino la consistencia emocional del relato. La verdad cede ante la autenticidad percibida. La política avatariar opera sobre emociones, expectativas y percepciones, más que sobre hechos verificables, y redefine la relación entre política y verdad. La atención no se centra en la exactitud de las afirmaciones, sino en su potencia performativa. En esta línea, el posteo de Trump puede ser discutible en términos fácticos – ¿es cierto que Milei "nunca decepcionará"? –, pero su eficacia no depende de su veracidad, sino de su capacidad de generar creencia. De esta manera, "la foto del tuit" se convierte en una profesión de fe política más que en una afirmación comprobable.

Así concebida, la política se celebra como acto performativo que produce adhesión y que se despliega en el mundo digital como práctica de consolidación identitaria, donde la influencia se mide por el alcance de las imágenes, la resonancia de los relatos y la construcción de comunidad en línea. La legitimidad del líder depende de la eficacia con que su historia emocione y movilice a los seguidores. En este contexto, la verdad factual pierde relevancia frente a la capacidad del contenido de generar visibilidad, viralidad y adhesión emocional.

Hemos visto cómo las cinco claves de lectura de Montero permiten leer el encuentro Trump-Milei como una parábola del tiempo político contemporáneo: la palabra política se vuelve hacia la conversación emocional, el conflicto semántico, el relato heroico, la cita ritual y la ficción verosímil. Esta última clave, que refiere a la relación entre discurso político y verdad, pareciera sintetizar las anteriores y tender un puente directo para problematizar las formas que adopta el ejercicio ciudadano en el sistema democrático en la actualidad. Si la política contemporánea se organiza cada vez más alrededor de ficciones verosímiles y *performances* identitarias, resulta imprescindible observar cómo estas lógicas se encarnan en los propios líderes y revelan un nuevo código de ejercicio del poder, donde la autenticidad se exhibe mediante la exaltación consciente del engaño.

El cosplay político: la celebración del engaño como expresión de autenticidad

Al comienzo de *Avatares...*, Montero (2024) relata a modo de ejemplo una escena televisiva que tiene lugar durante la campaña electoral del 2023, en el canal

de noticias IP Central. Su protagonista es Lilia Lemoine, por entonces candidata a diputada nacional, quien estaba siendo entrevistada por dos periodistas del canal de noticias. Su postura corporal transmite confianza, lleva un prendedor que la identifica como "troll de Milei", y con cierta picardía en la expresión, confiesa que disfruta hacer bromas pesadas con el fin de revelar la intolerancia de las personas. Afirma que hacer humor es parte de la batalla cultural que lleva adelante para sacar a la luz lo que la corrección política intenta dejar en la sombra. Lemoine se expresa con soltura, pasa de hablar temas íntimos y personales a los laborales y profesionales con notable fluidez. Cuando llega el momento de la política, define su rol en la Libertad Avanza como asesora de imagen de Javier Milei y revela con tono íntimo algunos episodios de su trabajo para mejorar la figura del por entonces candidato a presidente. Llega un momento de su variopinto relato en que se asume como *influencer cosplayer* y uno de los periodistas le pregunta:

- ¿Qué es ser *cosplayer*?
- Es jugar a disfrazarse. Como cuando eras chico, pero de grande.
- ¿Y de qué te disfrazás?
- De lo que mi público quiera o las empresas me pidan. Ahora, por ejemplo, estoy disfrazada de candidata a diputada.

El plano de la imagen vuelve hacia a los conductores, quienes asienten en silencio sin emitir expresión, admirablemente incólumes frente al impacto de la declaración de la entrevistada. Se produce un silencio de dos segundos en el estudio y la cámara vuelve a Lemoine, quien apenas expresa media sonrisa mirándolos fijamente, cuando retoma la palabra para promocionar su "alter-ego" en las redes sociales y continuar con la entrevista.

La *trolleada* de Lemoine encuentra eco teórico en los trabajos de Whitney Phillips, quien describe al "*trolling* político" como el tipo de discurso que busca provocar indignación deliberadamente, rompiendo las normas discursivas para convertir la reacción del adversario en combustible para la atención mediática (Phillips, 2015). En la misma línea de análisis, Joan Donovan lo describe como una técnica de "agenda *setting* invertida", donde las reacciones a la provocación desvían el foco de atención y terminan por dominar la agenda pública (Donovan, 2022). En un contexto de desconfianza estructural hacia la clase dirigente, donde la única verdad percibida de la política es que todos mienten, la agudeza política del gesto de Lemoine al declarar que "está disfrazada de candidata a diputada" reside en hacer visible los hilos de la "máscara" que lleva puesta, como quien muestra la costura de un disfraz. En un contexto de crisis de la representación y de percepción generalizada de la falsedad de la política, la paradójica particularidad que trae el *cosplay* político es que, al exhibir su propia simulación, termina por revelar una nueva forma de autenticidad.

Esta técnica se encuadra en lo que Jeffrey C. Alexander define como "sinceridad cínica" (2006). El sociólogo estadounidense sostiene que la política moderna funciona como una dramaturgia pública y que los líderes deben lograr lo que él llama "fusión" entre: el actor político, el personaje que interpreta los valores que dice representar y la audiencia (la sociedad). Cuando esa fusión ocurre, el público percibe al líder como auténtico y sincero. Pero el punto clave es que esa autenticidad es producida performativamente, por lo que se trata de un efecto dramático, no necesariamente una propiedad moral. De esta manera, la celebración del engaño ex-

presa un desplazamiento profundo en la cultura política de la posverdad: la transparencia de los dirigentes ya no se mide por la coherencia ética, sino por la exhibición del cinismo. Del mismo modo, la sinceridad no se revela en su apego a la verdad factual, sino en hacer deliberadamente visible lo fingido.

El *cosplay* político no busca engañar mintiendo, sino producir adhesión a través del reconocimiento de la propia farsa. Su confesión opera como un "acto performativo" en el sentido butleriano: no describe una realidad, sino que la produce. Al declararse disfrazada, Lemoine no se excluye del juego político, sino que lo redefine desde dentro al exponer performativamente su propia farsa. Pero, a diferencia del carnaval donde el ritual del disfraz funciona como mecanismo de contención social que refuerza la norma al permitir su transgresión controlada del orden (Gluckman, 1963), el *cosplay* político suprime la catarsis final: la máscara no se quema al terminar la fiesta, sino que se convierte en la piel permanente del poder y consagra la política como un espacio de representación teatral caótico y fragmentado. Si en el ágora griega la máscara era el instrumento para la construcción de una identidad política compartida, en la red digital la máscara se convierte en un fin en sí mismo: el disfraz ya no media para revelar una verdad compartida ni deliberar sobre los asuntos comunes, sino que celebra el artificio individual hiperbólico como única verdad posible.

El 6 de octubre de 2025, durante el recital de cierre de campaña que tuvo lugar en el Movistar Arena, el presidente Javier Milei lanzó una frase de tono similar a la de Lemoine: "me voy a bañar y me visto de presidente". Por el contexto y la figura, se trata tal vez de la mejor síntesis del nuevo modo de investidura política: performativo, irónico, absurdo, grotesco y desbordado de teatralidad. Milei asume, con la naturalidad de quien comprende el lenguaje del espectáculo, que el rol presidencial es un traje, una piel que se adopta y se abandona de manera voluntaria y antojadiza, según la necesidad escénica que requiera la experiencia emocional encarnada.

Así como Lemoine se declaraba "disfrazada de diputada", el presidente se ha reconocido en varias oportunidades como un "muñeco" manejado por su hermana y por Santiago Caputo, a quienes define como "los arquitectos del personaje" (Laje, 2025). La confesión actualiza la lógica del *avatāra* hindú que analizamos al comienzo de este trabajo: así como la deidad desciende al mundo asumiendo una forma limitada, el avatar político encarna un "muñeco" diseñado para la circulación digital, un instrumento sagrado en la nueva economía de la atención. En esa autoescenificación, el engaño deja de ser un defecto para convertirse en fuente misma del poder, ya que, en la economía de la atención, quien domina la puesta en escena es quién controla el sentido.

Consideraciones finales

En el espacio público virtual, gobernar es mantener la atención. El espectáculo del poder requiere sorprender para poder existir. Conscientes de esto, los avatares políticos operan mediante la disrupción y el exceso y la lógica del disfraz se sostiene en la administración del asombro como recurso político. No se trata de un mero código estético, sino la forma subjetiva que adopta la política cuando es modelada por la economía de la atención de las plataformas digitales. La performatividad del disfraz es el combustible ideal para un régimen de visibilidad donde los

algoritmos premian la intensidad emocional, la identidad tribal y el *engagement* disruptivo. En este contexto, el *cosplay* político genera el tipo de contenido ideal –polémico, identitario, altamente compartible– que la arquitectura de las plataformas está diseñada para viralizar.

La celebración del engaño se convierte en la mercancía perfecta para un mercado de afectos polarizados. En este nuevo régimen, la pregunta crítica ya no es “¿me está mintiendo?”, sino “¿su *performance* es lo suficientemente verosímil como para sostener mi adhesión emocional?”. Ya no se trata de “representar” sino de “ser representación”. La clásica rendición de cuentas para que el dirigente político “haga” lo prometido se ve reemplazada por otra demanda: que el político *cosplayer* “sea” una encarnación convincente de las emociones compartidas y ofrezca una experiencia intensa y consistente para su audiencia. En este nuevo régimen, si la narrativa emocional se mantiene consistente, un programa de gobierno podría fracasar estrepitosamente sin que la adhesión afectiva al avatar político se resquebraje. Bajo estos parámetros, la política abandona la esfera de lo medible para refugiarse en el terreno inexpugnable de la identidad. En una era de profunda desconfianza institucional, la paradoja final es que este sistema, que parece celebrar la superficialidad, atiende una demanda profunda de autenticidad: en el espacio público virtual, mostrar los hilos que mueven al títere se ha vuelto más creíble que fingir que no existen. De este modo, los rasgos de la autenticidad política ya no se oponen al engaño, sino que se constituyen a través de él.

La transformación del vínculo político entre ciudadanos y dirigentes conlleva una reconfiguración de los fundamentos de la democracia representativa. Junto con la fascinación por los “afectos circulantes” de la red, aparecen preguntas respecto a qué tipo de ciudadanía política es posible en un régimen de condescendencia emocional, donde el algoritmo premia la intensidad tribal y castiga la complejidad crítica. El diagnóstico exige una definición precisa en sus interrogantes críticos para no caer en una nueva mitología:

¿Qué sucede cuando la legitimidad del poder se apoya exclusivamente en la identificación emocional? ¿Es aún posible la rendición de cuentas en un sistema donde lo que se juzga no es la gestión de lo real, sino la coherencia emocional de una ficción? ¿Cuál es el verdadero costo de estetizar la política hasta reducirla a *performance*, sin tener en cuenta las condiciones físicas y materiales que el poder ejerce sobre los sujetos para que esa escenificación tenga lugar de visibilidad? ¿Qué tipo de espacio público queda para la deliberación cuando la política digital deviene en *performance* y el ciudadano se transforma en usuario de una experiencia emocional? ¿Es posible pensar alternativas democratizadoras dentro de este nuevo régimen de visibilidad? ¿Qué lugar ocupa el cuerpo y el territorio dentro del régimen digital? ¿Podrá la celebración del engaño sostenerse cuando la materialidad de la crisis termine por demandar algo más que una experiencia emocional consistente?

En la era de los avatares políticos, el trabajo de Montero (2024) nos entrega las claves para descifrar cómo operan los códigos discursivos que nombran y crean el nuevo régimen de visibilidad del poder donde el engaño se ha vuelto una expresión sincera de autenticidad. Que su aporte nos contribuya para habitar el espacio público virtual de manera crítica y a cultivar una ciudadanía política que trascienda la intensidad afectiva de la interacción digital.

Referencias

- Ahmed, S. (2015). *La política cultural de las emociones*. UNAM-Programa Universitario de Estudios de Género.
- Alexander, J. C., Giesen, B. & Mast, J. L. (2006). *Social performance: Symbolic action, cultural pragmatics, and ritual*. Cambridge University Press.
- Arendt, H. (1996). *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política*. Península.
- Arendt, H. (2009). *La condición humana*. Paidós.
- Barthes, R. (2013). La muerte del autor. En R. Barthes. *El susurro del lenguaje*. Paidós.
- Butler, J. (2001). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.
- Calvo, E. y Aruguete, N. (2021). *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Calvo, E. y Aruguete, N. (2023). *Nosotros contra ellos. Cómo trabajan las redes para confirmar nuestras creencias y rechazar las de los otros*. Siglo XXI Editores.
- Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG) (2021). *Documento metodológico de agregación de encuestas. Monitor regional de encuestas*. <https://www.celag.org/encuesta/argentina-evaluacion-de-gestion-presidencial/>
- Da Empoli, G. (2020). *Los ingenieros del caos: Cómo las fake news, los gurús de internet y los youtubers están transformando la política*. Anagrama.
- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Pre-Textos.
- Diario Perfil (2025). <https://www.perfil.com/noticias/politica/el-regalo-de-donald-trump-%20a-javier-milei-que-decia-el-tweet-impreso-en-su-reunion-en-nueva-york.phtml>
- Diario Registrado (2023). *Show de memes y reacciones: Milei posó con un "tuit impreso" de Trump y las redes explotan*. https://www.diarioregistrado.com/politica/show-de-memes-y-reacciones--milei-poso-con-un--tuit-impreso--de-trump-y-las-redes-explotan_a68d306be9579cdffcf22e70
- Donovan, J. Dreyfuss, E. y Friedberg, B. (2022). *Meme Wars: The Untold Story of the Online Battles Upending Democracy in America*. Bloomsbury.
- El Doce (2025). https://www.youtube.com/shorts/al_IhCXDLKE
- Eliade, M. (1981). *Lo sagrado y lo profano*. Paidós.
- Foucault, M. (2005). *El orden del discurso*. Tusquets.
- Foucault, M. (2006). Seguridad, territorio, población. Fondo de Cultura Económica.
- Gluckman, M. (1963). *Custom and Conflict in Africa*. Blackwell.
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili.
- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica*. Herder.
- Laje, A. (2025). *Entrevista a Javier Milei*. <https://www.youtube.com/watch?v=1pdCWFrti8&t=1704s>
- Montero, S. (2024). *Avatares en el poder. Claves del discurso político en redes*. UNSAM.
- Oria, S. (2020). *Pandenomics*. https://www.youtube.com/watch?v=vpwz3JVy_I
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford University Press.

- Pêcheux, M. (1975). *Hacia el análisis automático del discurso*. Gredos.
- Phillips, W. (2015). *This Is Why We Can't Have Nice Things: Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture*. The MIT Press.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*. Taurus.
- Sibilia, P. (2008) *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Srnicek, N. (2017). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra Editora.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.
- Weber, M. (1999). *Economía y Sociedad*. Fondo de Cultura Económica.