Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

El humor de la militancia de La Libertad Avanza en la campaña electoral argentina de 2023[1]
O humor do la militância La Libertad avança na campanha eleitoral
The humour of La Libertad Avanza's militancy in Argentina's 2023 election campaign

Damián Fraticelli

Palavras-chave: Humor politico; Campanha eleitoral; Comunicação política

1. El humor de La Libertad Avanza en campaña

La ponencia[2] trata sobre las operaciones semióticas y mediáticas que caracterizaron la producción risible[3], en las redes sociales mediáticas, de la militancia de La Libertad Avanza durante la campaña electoral argentina de 2023. La Libertad Avanza es una coalición política surgida en 2021, que se define liberal y se la asocia con movimientos de ultraderecha internacionales. Su líder, Javier Milei, gana la presidencia en un balotaje contra Unión por la Patria, alianza encabezada por Sergio Massa, ministro de economía del gobierno en ese momento, presidido por Alberto Fernández. La descripción de las operaciones risibles de La Libertad Avanza (LLA)

[1] Trabalho apresentado ao VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.
[2] La ponencia surge de dos proyectos de investigación dirigidos por quien escribe: *NOMBRE DE LOS PROYECTOS E INTEGRANTES*
[3] Entendemos por *reidero* y *risible* al campo semiótico que promueve la risa y efectos asociados como la sonrisa, la "risa triste del humor", etc.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

durante la campaña ser hará de manera comparativa con la de Unión por la Patria (UP) y otras fuerzas políticas.

2. ¿Por qué estudiar lo reidero de la militancia?

Múltiples investigaciones han demostrado el valor significativo de lo reidero en la comunicación política. Sus publicaciones se propagan más que las serias, tienen mayor poder de recordación e incorporan a más ciudadanos al debate político. Además, la población que tiene a los memes como primera fuente de información va en aumento (Echeverría y González, 2019). Nuestra investigación parte de concebir la producción reidera como un interpretante (Peirce, 1974) fundamental de la construcción del acontecer y los procesos identitarios contemporáneos. Quien comparte un meme, comparte placeres y verosímiles, y se identifica o es identificado con colectivos (Verón, 1987b). Las cuentas que lo generan y propagan las concebimos como sistemas, a la manera de Luhmann (1998), que suelen ubicarse en un segundo nivel de observación: hacen observaciones de observaciones (discursividad de medios informativos, candidatos políticos, periodistas y ficción fundamentalmente).

3. Metodología: ¿cómo analizamos lo reidero?

La perspectiva del análisis fue la de una sociosemiótica de las hipermediatizaciones (Verón, 2013; Carlón, 2020) desarrollada en la articulación de tres niveles de observación: 1) la instancia de producción atendiendo a las capas enunciativas[4] de las interfaces de las redes sociales mediáticas (AUTOR, 2023), 2) la discursividad de los sistemas de cuentas (AUTOR, 2023), y 3) la circulación

[4] Comprendemos por enunciación a la escena comunicacional construida en el texto por las propiedades del discurso (Steimberg, 1993).

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

hipermediática (Carlón, 2020). El período de observación fue desde el 9 de julio, un mes antes de las Elecciones Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO), al 20 de noviembre de 2023, un día después del balotaje. El corpus estuvo conformado por la producción risible de cuentas dedicadas al humor político en Instagram, X, Facebook, YouTube, TikTok. El criterio de selección fue que tuvieran más de cinco mil suscriptores y publicaran más de tres días a la semana, en el caso de Instagram, X y Facebook y, al menos, una publicación al mes en YouTube y TikTok.

4. Análisis: las gramáticas de la producción reidera de la militancia de la Libertad Avanza

4.1.1. Posición de los enunciadores: simplicidad vs complejidad

Los enunciadores de las cuentas de humor que apoyaron a LLA tuvieron una relación sin tensiones con las propuestas de la alianza. Las cuentas de UP, en cambio, desarrollaron posiciones complejas con fuertes tensiones. Por ejemplo, el enunciador de la cuenta *el_kicilove* apoyo al gobernador de Buenos Aires, Axel Kicillof, perteneciente a Unión por la Patria y candidato a la reelección. Pero, al inicio de la campaña, publicó memes ridiculizando a Alberto Fernández; para las PASO, apoyó a Guillermo Moreno (peronista y candidato presidencial de otra alianza, Principios y Valores) y se opuso a que Massa fuera candidato, llegando a figurarlo como un demonio que proponía al votante un pacto para que no ganara la ultraderecha (imágenes 1 y 2). Luego de las PASO, apoyó a Massa, pero con distancia.

Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)





Imágenes 1 y 2. Memes. Fuente: el_kicilov

4.1.2. Más producción, propagación y suscriptores

La producción risible, propagación y número de suscriptores de las cuentas que militaron por la LLA fue mayor que las del resto. El gráfico 1 muestra la producción según la posición que adoptó el enunciador de la cuenta, a los que clasificamos en:

- Los que apoyaron a una alianza política: LLA (La Libertad Avanza), UP (Unión Por la Patria), JXC (Juntos por el Cambio), FIT (Frente de Izquierda de los Trabajadores)
- Los que atacaron a todos los actores políticos: OC (observador crítico (Suárez, 2020)).
- Los que se definieron por oponerse a una alianza sin apoyar otra: Contra LLA, Contra LLA y JXC, y Contra UP.

Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

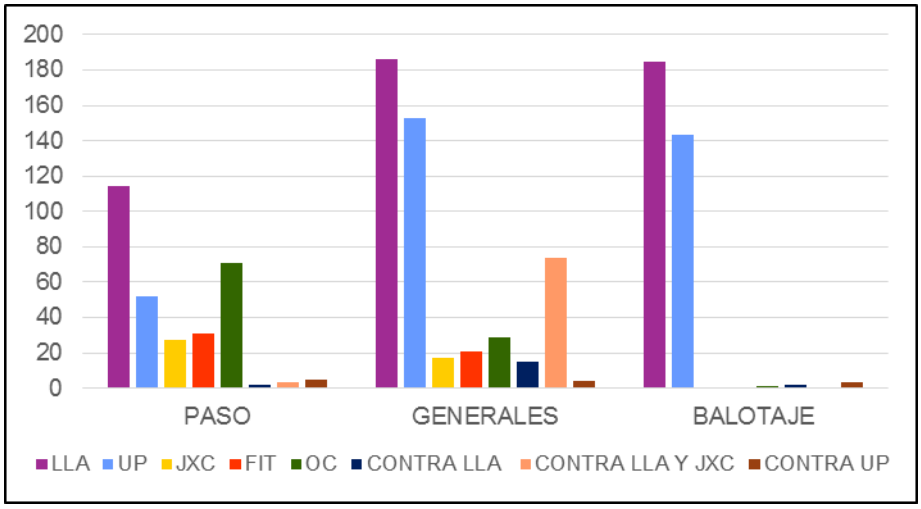

Gráfico 1. Producción de los enunciadores. Fuente: elaboración propia.

La mayor producción, tuvo su correlato en el número de suscriptores y la acción del colectivo de comunicación hipermediático (AUTOR, 2023). Las cuentas de LLA estuvieron entre las que tenían más suscriptores al inicio de nuestro estudio, cuando aún no habían recibido el apoyo de enunciadores con otras posiciones. Por una cuestión de espacio, sólo mostraremos los números de Instagram y X (haciendo el corte hasta que aparece una cuenta que apoya a UP), pero esta primacía se daba también en Facebook, YouTube y TikTok (tablas 1 y 2):

Cuentas de Instagram	Nº de seguidores	Posición
Porfavorcoherencia	606000	LLA
Eameo	406000	OC
Lulioffman	211000	JXC
Todonegativo	190000	UP

Tabla 1. Cuentas de Instagram

Cuentas de X	Nº de seguidores	Posición
Eameo	642890	OC
ElBuni	255945	LLA
Indignado	237800	LLA
Los Herederos de Alberdi	206623	LLA
DAMObase	149130	OC
Martha M. Lamartha	92885	OC
Dani la comprensión	54740	UP

Tabla 2. Cuentas de X

Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

A su vez, el colectivo de LLA fue más activo que el de UP. Los gráficos 2 y 3 muestran cómo las publicaciones de LLA tuvieron más *likes* y fueron más compartidas.

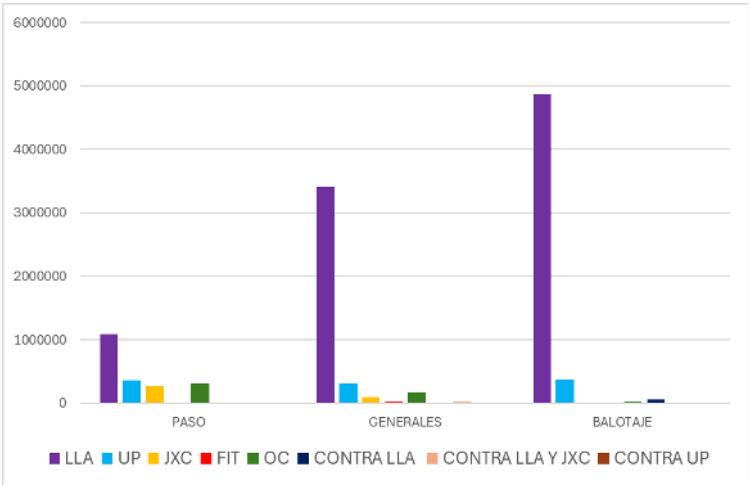

Gráfico 2. Cantidad de *likes*. Fuente: elaboración propia.

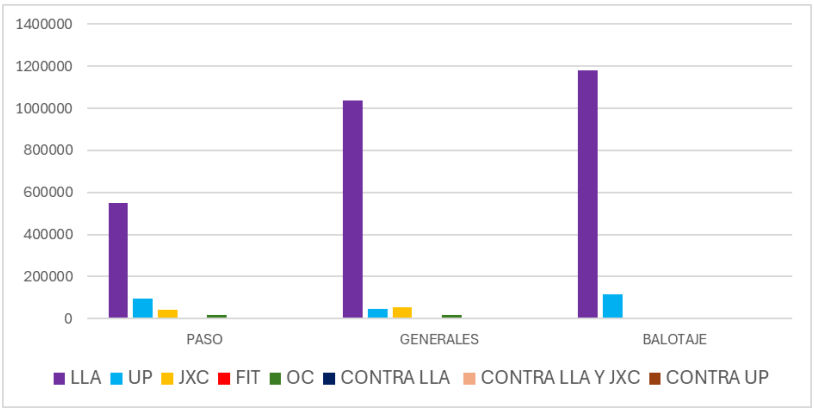

Gráfico 3. Cantidad de compartidos. Fuente: elaboración propia.

Si tomamos el total de *likes* y compartidos al inicio de nuestro estudio y lo dividimos por la cantidad de suscriptores, obtenemos que, en promedio, los suscriptores del LLA dieron 0,257 *likes* y compartieron 0,139, mientras los de UP dieron 0,086 *likes* y compartieron 0,025, es decir, que los de la LLA dieron más de tres veces *likes* y cinco compartidos que los de UP.

Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

4.1.3. Mayor crítica política

Utilizando las categorías de lo reidero que desarrollamos y probamos en estudios anteriores (AUTOR, 2023), clasificamos la producción de los enunciadores en seis modalidades: burla, sátira, situación cómica, cómico laudatorio, humor del colectivo y humor del yo. El gráfico 4 muestra que la modalidad que predominó en todos los enunciadores que apoyaron alianzas fue la burla. Ella despliega una escena enunciativa donde el enunciador ridiculiza a un tercero, por lo general, exponiendo su incongruencia con respecto a verosímiles asociados a la naturaleza (formas del cuerpo, de los movimientos, etc.), la vida social (verosímiles del vestir, comportarse, etc.) o del discurso (géneros, estilos, tipos discursivos, etc.). Tal degradación se la ofrece al enunciatario quien comparte con el enunciador una instancia de superioridad con respecto al referente.

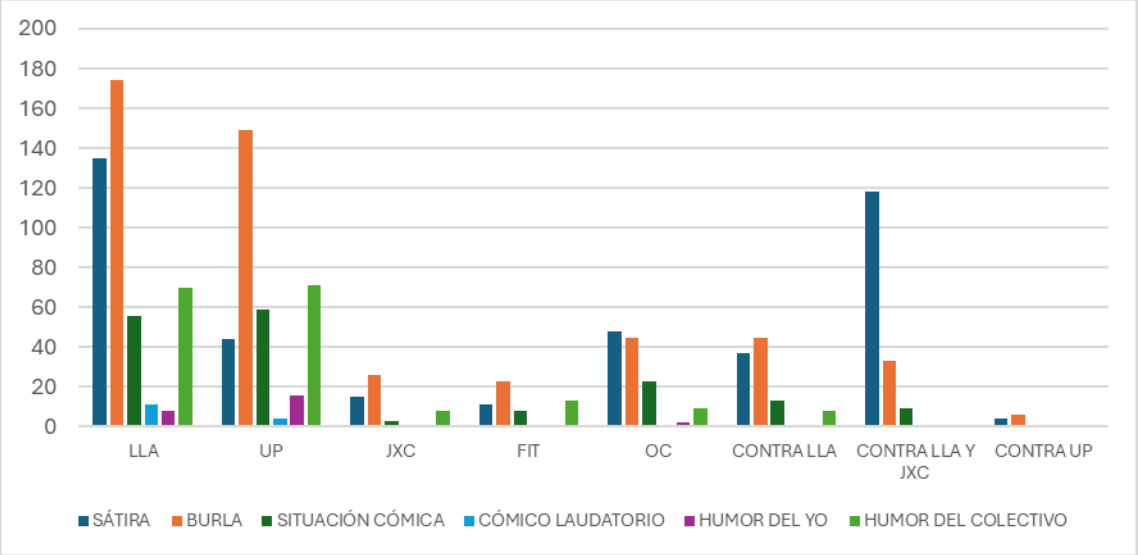

Gráfico 4. Totalidad de modalidades. Fuente: elaboración propia.

Más allá la coincidencia, los enunciadores que apoyaron a LLA se diferenciaron por tener un alto porcentaje de sátira. La sátira desarrolla una escena enunciativa similar

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

a la burla, pero la degradación del tercero despliega una crítica fundada en el desvío de las acciones y los valores morales que idealmente deberían presentar según el verosímil social. Es decir, la sátira brindó una degradación reidera fundada en razones políticas.

4.1.4. Sátira con un claro programa de gobierno

Frecuentemente la sátira política sintetiza argumentaciones desarrolladas por el discurso político serio. Tomando los componentes que identifica Verón (1987) en ese tipo discursivo, observamos que la sátira de LLA tuvo un fuerte componente programático: planteaba claramente contra quién se debía ir y qué debía hacerse. Describía al país con una profunda crísis económica y una inflación desatada de la que el gobierno y Massa eran responsables y no podían controlar. Por otra parte, se trataba de una crisis que resultaba de años de gobiernos peronistas y kirchneristas corruptos, que habían hecho crecer un Estado ineficiente, que ahogaba a los ciudadanos con impuestos. Ante tal situación, lo reidero de LLA retomaba un detallado programa con medidas concretas a tomar: echar al peronismo y kirchnerismo del poder para siempre, achicar el Estado, bajar los impuestos, dolarizar, cerrar el Banco Central y acabar con "la casta" (colectivo definido por el atributo de tener privilegios).

Lo reidero de UP no partía de una descripición distinta a la de LLA, pero el origen de la crisis lo atribuía al endeudamiento del gobierno de Macri con el FMI, no se identificaban colectivos identitarios claros como contradestinatarios y su programa se agotaba en una posición defensiva: resguadar de Milei acuerdos básicos de un cierto contrato social (la democracia es buena, la dictadura es mala, no deben venderse niños ni órganos), y preservar derechos obtenidos (universidad pública, transporte subsidado y educación sexual integral).

4.2. Lo reidero y el fandom

Tempranamente, la LLA fomentó la lógica de la circulación del fandom en su comunicación política. Cuando ya había formado el partido Libertario, Milei se presenta

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

en *Otacon Party 2019*, una importante convención de otakus, disfrazado de Ancap, un superhéroe anarcocapitalista (imagen 1). Allí realiza performances humorísticas que se propagan en las redes e ingresa en la lógica fandom, generándose nuevas publicaciones con el personaje como webcómics y memes (imagen 2). Esa producción es a su vez compartida por el propio Milei y otros nodos centrales de las redes libertarias fomentando más producciones y alcanzando los medios de comunicación masiva.



Imagen 1. Milei como Ancap. Fuente: *Perfil*

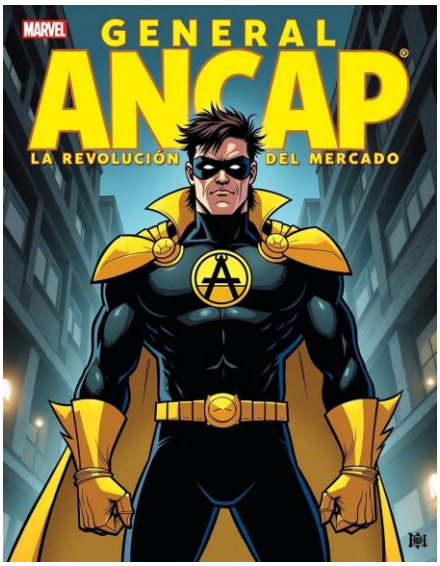

Imagen 2. Tapa de militante. Fuente: Giul_user

Para la campaña del 2023, LLA ya dispone de una aceitada red de internautas descentralizada con lógicas *fandom* y reideras que hace propaganda y custodia a Milei. Un caso ilustrativo cómo respondió el ataque cómico de Myriam Bregman, candidata del FIT, cuando degradó la figura de león con la que venía simbolizándose a Milei sosteniendo que, en realidad, era un gatito mimoso del empresariado. En pocas horas, ese golpe certero fue procesado por la militancia creando un *shippeo* (género *fandom*) entre ambos donde la candidata terminó siendo figurada como enamorada de Milei y luego teniendo sexo con él (imágenes 4 y 5).

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)



Imagen 4. Meme. Fuente: @mo_tyna



Imagen 5. Meme. Fuente: @Libercarpincho

5. La Libertad avanza: quien ríe primero, ríe mejor

Luego de describir las gramáticas principales de la producción reidera de la militancia de LLA podemos sostener que ella construyó un mundo ordenado. Los contradestinatarios estaban claramente identificados, se mantenía un vínculo coherente y sin tensión con las consignas serias de LLA, y, además, se generaron interpretantes que se desarrollaron durante la disputa política y contenían un fuerte componente programático. A su vez, mantuvo una exposición pública de su placer risible dando *likes* y compartiendo publicaciones.

Lo rediero de UP, en cambio, presentó tensiones con el propio espacio político, los contradestinatarios fueron más burlados que atacados por la sátira política y no hubo una presencia relevante del componente programático ni hubo nítidas representaciones de colectivos identitarios contrincantes.

Esta diferencia en el proceder de lo reidero de ambas fuerzas nos indica que la LLA produjo interpretantes que brindaron argumentos para la discusión política (y no la mera burla) ofreciendo la exposición de un programa de gobierno de manera sintética y placentera con un alto poder de propagación.

Referencias

Carlón, M. (2020). *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada.* San Luis: UNSL. http://www.neu.unsl.edu.ar/wp-content/uploads/2020/08/Circulacio%CC%81n-del-sentido.pdf

AUTOR, D. (2023).

Echeverría Victoria, M. y González Macías, R. (2019). Los memes como entretenimiento político. Recepción, usos y significados. *Revista Mexicana de opinión pública, 27,* 117-133. 10.22201/fcpys.24484911e.2019.27.66001

Luhmann, N. (1998) *Sistemas Sociales: lineamientos para una teoría general*. Anthropos.

Peirce, C. (1974). *La Ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Steimberg, O. (1993) *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares.* Buenos Aires: Atuel.

Suárez, B. (2020). Dispositivo enunciativo del humor político. Variantes e invariantes en la configuración de lo decible y lo visible. *Atlante Revue d'études romanes, 13*. https://journals.openedition.org/atlante/1010

Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2: Ideas, momentos, interpretantes.* Buenos Aires: Paidós.

Verón, Eliseo. 1994. Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. *Semiosfera*, *2*, 5-36.

Verón, E. (1987) La palabra adversativa. En *El discurso político*, pp.13-34. Hachette.