



# 5 CLAVES PARA ENTENDER LA VICTORIA DE JAVIER MILEI EN ARGENTINA

**CLARISA DEMATTEI**  
INVESTIGADORA DEL CEI-UCA  
COLABORADORA EXTERNA CEIUC

**Centro UC**  
Estudios Internacionales  
CEIUC

## 5 claves para entender la victoria de Javier Milei en Argentina

Clarisa Demattei<sup>1</sup>

La victoria de Javier Milei el pasado domingo en Argentina fue un cimbronazo político cuya magnitud todavía no llegamos a comprender. Sin gobernadores propios en un país federal, con solamente 3 intendentes (alcaldes) de su partido, con el 15% de la Cámara de Diputados y el 10% de la Cámara de Senadores y una minoría legislativa tan importante que no podría impedir un potencial juicio político sin alianzas, ¿cómo podemos explicar que Argentina haya elegido a un candidato tan fuera del establishment político? A pesar de sus vaivenes y sus crisis, gran parte del electorado argentino podría haberse sentido blindado de la ola de outsiders políticos. Sin embargo, la elección del domingo y la llegada al poder de una figura como Javier Milei nos demostró, una vez más, que Argentina no es la excepción en América Latina. ¿Cuáles fueron las claves de su victoria?

1. **El impacto de la crisis económica en los sectores medios y medios bajos:** Con una inflación interanual de casi 140% y la pobreza más alta de los últimos 20 años, la situación social en Argentina no pasó desapercibida. Y contrariamente a lo esperado para un teórico liberal, Milei despertó interés en los sectores medios-bajos. La elección del domingo mostró un especial apoyo de estas clases y particularmente entre cuentapropistas y trabajadores informales, quienes no reciben apoyo del Estado y fueron muy vulnerables a las crisis. En Argentina, más del 35% de las personas que trabajan lo hacen en la informalidad. En el caso de los trabajadores formales, se destaca un apoyo especial entre los empleados del sector servicios y vendedores cuyo salario supera la canasta básica total por un escaso margen. De hecho, habiendo ganado en más de  $\frac{2}{3}$  de las mesas de votación del país y en prácticamente todos los sectores socioeconómicos, es el presidente electo con mayor transversalidad social y geográfica de los últimos 20 años.
2. **La voluntad de cambiar fue más fuerte que el miedo:** Vinculado con el punto anterior, la crisis económica y la necesidad de un cambio de dirección pesaron más en el electorado que la campaña del miedo que desplegó el oficialismo. De acuerdo con el economista Claudio Zuchovicki, citado por Andrés Oppenheimer para el diario Los Angeles Times, el actual ministro de economía y ex candidato presidencial Sergio Massa gastó más de 10 mil millones de dólares con recursos públicos para su campaña personal. Gran parte de esa campaña estuvo sustentada en un discurso orientado a generar pánico en la sociedad argentina en caso de que ganara Milei y en beneficios monetarios a distintos sectores de la sociedad. Sin embargo, la ciudadanía decidió atender el presente y ese presente dice que el 81% de la

---

<sup>1</sup> Licenciada en Ciencias Políticas (Pontificia Universidad Católica Argentina) - Investigadora del CEI-UCA - Docente universitaria y redactora de artículos periodísticos para diarios argentinos.

sociedad argentina tiene serios problemas para llegar a fin de mes.

3. **Milei no son sus candidatos y sus candidatos no son Milei.** La elección nacional no fue la única este año en Argentina, sino que gran parte de las provincias también eligieron gobernadores. En dichos comicios la agrupación de Javier Milei, La Libertad Avanza, a través de distintas alianzas no logró superar el 10% de los votos en prácticamente ninguno de ellos. ¿Cómo se explica entonces que sus candidatos en el ámbito provincial tuvieron magros resultados y él fue electo presidente? Porque, siguiendo la tendencia personalista a nivel mundial y la crisis de los partidos políticos, la ciudadanía decidió elegirlo a él y no a sus allegados.
4. **No toda la victoria es mérito de Milei y su legitimidad no es del 54% que obtuvo el domingo:** Milei no solo será un presidente que gobernará en una minoría histórica en el Congreso sino también es un error pensar que el resultado del ballottage es el apoyo que tendrá. El núcleo duro de votantes de Milei es del 30%. El otro 25% no lo votó por convicciones profundas ni porque quería que ganara él, sino porque quería que perdiera Massa. Ese porcentaje, más escéptico que los que lo apoyaron siempre, serán claves para mantener un clima de opinión social favorable que, si analizamos lo que sucede en América Latina, sabemos que estos períodos de “luna de miel” suelen ser cada vez más cortos.
5. **Milei fue útil a Massa para dividir el voto opositor y después fue útil a la oposición para impedir la reelección del oficialismo.** No podemos hacer historia contrafáctica, pero deberíamos preguntarnos si Milei aún hubiese sido electo presidente si la única alternativa opositora hubiera sido Juntos por el Cambio. Su presencia no solo fue funcional al oficialismo kirchnerista para dividir a la oposición, sino también porque a Massa le convenía polarizar con Milei y no con Patricia Bullrich o aún peor, con Horacio Rodríguez Larreta.