

Prólogo. Comunicación política y derechas

Mariano Dagatti (*) | Marina Mendoza (**)
Paulo Carlos López-López (***)

Resumen: Este número de *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* de la Universidad de Palermo se inscribe dentro de la línea de investigación en Comunicación Política. Compila diez artículos que reflexionan sobre la comunicación política y el fenómeno de las derechas. Con un abordaje centrado en la región latinoamericana, este número incluye estudios de caso que permiten comprender cómo se ha desarrollado este fenómeno en un país determinado, así como trabajos teóricos tendientes a robustecer su explicación. Desde diversos enfoques teóricos y metodológicos, los artículos reunidos en esta compilación contribuyen a comprender la incidencia de la comunicación política en el ascenso y permanencia de liderazgos, partidos y discursos de derecha.

Palabras clave: comunicación política – derechas – liderazgos – partidos políticos – América Latina y el Caribe.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 20 y 21]

(*) (**) (***) Ver CV de Mariano Dagatti, Marina Mendoza, Paulo López-López en página 21

El presente número 301 de la publicación *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación: Comunicación política y derechas*, se inscribe en la Línea de Investigación (19) Comunicación Política, dirigida por Mariano Dagatti, Marina Mendoza y Paulo Carlos López López, del Instituto de Investigación en Diseño de la Universidad de Palermo y contiene el proyecto del Instituto de Investigación

Prólogo

Durante las dos últimas décadas, diversos países han experimentado el ascenso de partidos y liderazgos de extrema derecha, un fenómeno global que la literatura especializada ha intentado clasificar -con resultados dispares- bajo etiquetas como derecha radical, populismo de derecha, ultraderecha o extrema derecha (Mudde, 2007). La dificultad de su conceptualización ha alimentado un debate sostenido, así como el interés por las continuidades y rupturas sociohistóricas que caracterizan a estas nuevas derechas, una discusión particularmente activa en América Latina (Ansaldi, 2017; Giordano, 2014, 2019; Soler, 2018, 2023). También permanecen en disputa las explicaciones sobre su crecimiento, ya sea desde la oferta política (ideologías, liderazgos, estructuras organizativas) o desde la demanda (voto protesta, ruptura social o *single-issue*).

En el campo de la comunicación política, estas experiencias se han vuelto centrales para comprender discursos que combinan una retórica anti-*establishment* con una crítica frontal a consensos democráticos fundamentales (Crick, 2022; Lorenzi Bally y Moïse, 2023; Piovezani y Gentile, 2020; Wodak, 2015). Casos como la segunda presidencia de Donald Trump en Estados Unidos, la victoria de Javier Milei en Argentina, el gobierno de Jair Bolsonaro en Brasil, el histórico peso político del fujimorismo en Perú o el crecimiento electoral de José Kast en Chile dialogan con un escenario europeo donde partidos de extrema derecha ejercen el gobierno, integran coaliciones, lideran encuestas o consolidan oposiciones robustas.

Como un proceso multicausal en el que convergen dimensiones políticas, sociológicas y comunicacionales, sostenemos que estas derechas -en sus variantes liberales, neoliberales, nacionalistas, autoritarias o populistas- encuentran su impulso en la convergencia entre el desencanto con la política tradicional, la reivindicación de un lenguaje “políticamente incorrecto” y una estetización provocadora de su acción pública. Desde allí buscan anclar sus agendas: la identificación de enemigos internos o “chivos expiatorios” (Burke, 1957) adaptados a cada contexto; la reivindicación de una actitud “sin vergüenza” ante la cultura progresista; o la defensa de proyectos que, según el caso, oscilan entre nacionalismos estatistas y demandas de libertad individual irrestricta con intervenciones estatales selectivas y coercitivas, como ocurre en la Argentina con una retórica abiertamente refundacional. Estos fenómenos políticos no pueden comprenderse al margen de la transformación radical del entorno comunicacional contemporáneo. La denominada “revolución del acceso” (Verón, 2013) ha reconfigurado no sólo los modos de participación ciudadana, sino también las condiciones mismas de producción y circulación del discurso político y, por lo tanto, de aquellos temas y estilos que se consideran propios del decir o mostrar políticos. Vivimos en una “cultura de la conectividad” (van Dijk, 2012), donde la emergencia de Internet, la popularización de los dispositivos móviles y el auge de las plataformas digitales han generado un ecosistema mediático híbrido en el que los límites entre comunicación interpersonal, comunicación de masas y comunicación institucional se vuelven porosos. Como emergente de una compleja trama de cambios tecnológicos, culturales y sociopolíticos, se configuran nuevos espacios de sociabilidad que encuentran en las ideas del progresismo o de la izquierda su principal contracara. Rocha, Solano y Medeiros (2021) hablan

de “contrapúblicos de derecha”: espacios de sociabilidad política que conscientemente y de manera disruptiva desobedecen las reglas de decoro establecidas por los públicos dominantes. A diferencia de los públicos tradicionales, estos contrapúblicos operarían mediante estrategias comunicacionales que privilegian la provocación, la transgresión performativa y la construcción de comunidades afectivas basadas en “la percepción compartida de que sus visiones del mundo están subordinadas a una perspectiva cultural dominante que los aliena, silencia, agrede menosprecia e incluso ridiculiza” (p. 6).

La particularidad del momento actual radica en que estas estrategias de contrapublicidad ya no son patrimonio exclusivo de grupos subalternos, sino que han sido apropiadas por movimientos y liderazgos de derecha que, incluso desde posiciones de poder institucional, mantienen una retórica insurgente que lleva a Stefanoni (2021) a preguntarse incluso si la rebeldía se volvió de derecha. Como observa Mosquera (2025) para el caso argentino, “una capa significativa de la población percibe [al líder] como una víctima enojada, en sintonía con una sociedad que se siente ella misma victimizada y enojada con la política” (p. 8). Esta paradoja -ejercer el poder mientras se cultiva una imagen de outsider o rebelde bufo- constituye uno de los rasgos distintivos de las nuevas derechas latinoamericanas.

La eficacia comunicacional de estas expresiones políticas reside precisamente en su capacidad para articular los circuitos tradicionales de la comunicación de masas con las lógicas de las plataformas digitales. Lejos de representar universos separados, ambos espacios funcionan en una relación de refuerzo mutuo que Fernández (2018) caracteriza como propia del actual “postbroadcasting”. Así, la televisión –particularmente los programas de panel y debate político– continúa siendo un espacio fundamental de legitimación y construcción de notoriedad pública que ya no opera sólo como instancia de consagración mediática, sino como productora de contenidos que serán posteriormente fragmentados, editados y recirculados en formatos adaptados a la “cultura snack” (Scolari, 2020), mientras que la viralización y frecuencia interactiva de las redes sociales digitales moviliza a públicos más jóvenes y desconectados de los canales tradicionales de información política. La retroalimentación transmedial es clave: nodos online se articulan con nodos offline y generan una malla cada vez más consistente de identificación. Como observan Semán y Welschinger (2023),

la convergencia de eventos, libros, redes, textos, tecnologías e ideas que existen online y offline y vincula a ideólogos, influencers, editores, libreros, mediadores y jóvenes activistas y militantes o simples simpatizantes (...) conforma un dispositivo de cultura masiva que debe ser tenido en cuenta a la hora de pensar la subjetivación política contemporánea (p. 153).

Asistimos, así, a una actualidad política en la que la violencia convive con el humor y el resentimiento. Más allá de su función evidente como mecanismo de entretenimiento, el humor político cumple roles estratégicos múltiples en la comunicación de las nuevas derechas: los seguidores de estos liderazgos encuentran en su retórica algo irreverente, divertido, entretenido, en contraste con políticos tradicionales considerados hipócritas, grises o distantes. Pero, además, el humor -particularmente en su modalidad memética- genera un sentido de pertenencia y complicidad que no puede subestimarse. Como observa King

(2021), los memes políticos de derecha operan como “armas de distracción masiva” que, mediante la ironía y la parodia, “normalizan discursos extremos” y permiten la circulación de contenidos que, formulados de manera directa, resultarían inaceptables en el espacio público convencional” (p. 224).

Como complemento del uso estratégico del humor se encuentra la normalización de formas de violencia verbal que las nuevas derechas han incorporado como marca distintiva de su estilo comunicacional. Sus discursos no prescinden de ninguno de los recursos erísticos a disposición, desde figuras retóricas como la metáfora o fenómenos léxicos como los neologismos hasta amenazas, insultos e injurias. Esta violencia no constituye un exceso o desborde accidental, sino un componente estructural del posicionamiento político, que es pareja con una tendencia a la exageración sistemática. Los contenidos políticos se adaptan a formatos de microrrelatos *-reels, stories, memes-* que privilegian el impacto inmediato sobre la argumentación sostenida, la reacción emocional sobre la reflexión crítica. Como observa Mosquera (2025), en este contexto “el escándalo se convierte en signo de sinceridad; prueba de que no es un político convencional que mide cada palabra según la ‘tiranía de lo políticamente correcto’” (p. 15).

La construcción de estos imaginarios políticos no ocurre en el vacío, sino que se ancla en la conformación de lo que Gee (2005) denomina “espacios de afinidad”: comunidades organizadas no tanto por características demográficas compartidas sino por prácticas, intereses y códigos interpretativos comunes. Estos espacios funcionan según lógicas diferentes a las de la militancia política tradicional. La utilización intensiva de redes sociales digitales y medios alternativos resulta fundamental para difundir sus mensajes disruptivos. Esta desintermediación comunicacional genera la percepción -frecuentemente ilusoria- de acceso directo al líder, de participación horizontal en la construcción del mensaje político. La viralización de contenidos, favorecida por los algoritmos de las plataformas, refuerza estas “burbujas informativas” donde las visiones de los contrapúblicos se ven constantemente confirmadas y amplificadas.

La eficacia movilizadora de estos discursos extremos descansa en buena medida en la identificación precisa y repetida de enemigos y “chivos expiatorios” (Burke, 1957) adaptados a cada contexto nacional. En la retórica de las nuevas derechas latinoamericanas, estos enemigos se organizan en constelaciones que combinan elementos de larga duración -anticomunismo, antiestatismo- con construcciones más recientes vinculadas a las transformaciones culturales contemporáneas: feminismo, ecologismo, derechos de minorías sexuales. La noción de “casta” -omnipresente en discursos que van desde el salvadoreño Bukele hasta el argentino Milei- condensa esta operación de construcción del adversario. La amplitud semántica del término permite su adaptación estratégica: cada sector puede identificar en ella a aquellos de quienes se siente víctima, aquellos que percibe como receptores de privilegios indebidos.

Esta construcción dialoga productivamente con lo que Rosanvallon (2011) identifica como ruptura del “velo de ignorancia” que sostenía la legitimidad del Estado de bienestar: “el mejor conocimiento que la sociedad tiene de sus diferencias tiende a modificar muy sensiblemente la percepción del justo y del injusto” (p. 54). En contextos de información abundante y transparencia selectiva, “un movimiento de disminución de la solidaridad se

pone en marcha cuando las informaciones disponibles sobre los individuos se multiplican” (2012, p. 263). Las nuevas derechas capitalizan esta transformación presentándose como denunciantes de privilegios ocultos y portavoces de mayorías silenciadas.

Este fenómeno debe comprenderse en el marco de lo que Dubet (2021) caracteriza como transformación del régimen de desigualdades en las sociedades contemporáneas. Dubet señala que “la acentuación más o menos fuerte de las desigualdades se conjuga con el agotamiento de cierto régimen de desigualdades, el de las clases sociales constituido en las sociedades industriales” (p. 12). En este nuevo escenario, no dejan de multiplicarse las brechas, las segmentaciones y las desigualdades, como si cada individuo estuviera atravesado por varias de ellas.

Las consecuencias políticas de esta transformación son profundas. Las narrativas tradicionales de la izquierda, organizadas en torno a la clase trabajadora como sujeto político privilegiado y el Estado como garante de igualdad, encuentran dificultades crecientes para interpelar experiencias de desigualdad que ya no se organizan según ese esquema. Las nuevas derechas han sabido identificar y capitalizar estas transformaciones. Su discurso del emprendedurismo interpela precisamente a aquellos sectores que experimentan la precarización laboral no como clase explotada que debe organizarse colectivamente, sino como individuos que deben “arreglárselas solos” en mercados desregulados. Como señalan Semán y Welschinger (2023), “el emprendedurismo es económicamente diverso y moralmente homogéneo al reivindicar la superioridad moral de aquellos que sobreviven en el mercado sin depender de un salario público o de ingresos, subvenciones o transferencias de algún modo provistas por el Estado” (p. 215). Así, estas expresiones políticas consiguieron “atraer a sectores que tradicionalmente no se identificaban con la derecha” (Morresi y Vicente, 2023, p. 86) y construyeron coaliciones electorales que desbordan las clasificaciones sociológicas convencionales. Para Grieco y Bavio (2023), “el electorado de Trump y de Bolsonaro, como el de Peña, Erdogan o Milei no representa ni las élites del saber ni las del dinero”. Esta capacidad de construir coaliciones transversales descansa en parte en la habilidad para articular demandas múltiples bajo significantes relativamente vacíos - “libertad”, “cambio”, “lucha contra la casta” - que diferentes sectores pueden llenar con contenidos específicos. La ambigüedad programática no constituye aquí una debilidad sino una fortaleza: permite que votantes con preferencias políticas divergentes confluyan electoralmente en torno a un rechazo compartido al statu quo.

El análisis de las nuevas derechas latinoamericanas enfrenta desafíos conceptuales y metodológicos significativos. En primer lugar, la dificultad de aplicar categorías analíticas construidas para otros contextos geográficos e históricos. Como señalan Ansaldi (2017), Giordano (2014, 2019) y Soler (2018, 2023), resulta fundamental atender a las especificidades regionales, a las continuidades y rupturas respecto de tradiciones autoritarias locales, a las formas particulares que adquiere la articulación entre neoliberalismo económico y conservadurismo cultural en sociedades con historias políticas marcadamente diferentes a las europeas o norteamericanas. En segundo lugar, la necesidad de desarrollar herramientas analíticas capaces de dar cuenta de fenómenos que operan simultáneamente en registros múltiples: lo institucional y lo mediático, lo discursivo y lo afectivo, lo programático y lo performativo. En tercer lugar, la urgencia de comprender las transformaciones en

las formas mismas de subjetivación política. El ascenso de las nuevas derechas no puede explicarse principal ni ocasionalmente como resultado del embrutecimiento masivo, la manipulación mediática o la falsa conciencia. La pregunta por la justicia social -¿qué es, en definitiva, una sociedad justa?- adquiere renovada urgencia en una coyuntura donde, como observa Rosanvallon (2012), “el creciente descompás entre la vitalidad de la democracia como régimen y su deterioro como forma de sociedad es el hecho más importante de nuestro tiempo, y portador de las más terribles amenazas” (p. 17).

Este número de *Cuadernos* reúne diez (10) artículos en torno a la comunicación política de las derechas en las democracias actuales, con especial foco en los procesos latinoamericanos. Apuesta a compartir los resultados de investigaciones que estudian la comunicación como una de las dimensiones constitutivas de estos liderazgos, partidos, frentes y coaliciones a la hora de pugnar por la hegemonía política, económica y cultural en sus respectivos países. El cuaderno incluye trabajos teóricos y estudios de caso centrados en la región o comparativos entre países de Latinoamérica y el mundo.

El artículo de Carlos Alberto Guerrero Torrentera realiza un análisis crítico de la filosofía libertaria y anarcocapitalista en la comunicación sociodigital latinoamericana. Sus discursos, centrados en el egoísmo racional, el individualismo de cooperación voluntaria, la defensa de la vida, la libertad y la propiedad, y la idea del Estado como agresor, se presentan como una gesta emancipadora que reivindica la superioridad moral y material del capitalismo frente al marxismo histórico y cultural, al que asocian con élites gobernantes, medios, intelectualidades, feminismos, diversidad sexual y multiculturalismo. El trabajo analiza cómo estos discursos colaboran en la formación de subjetividades políticas, relaciones de poder y cambio cultural favorable a las derechas radicalizadas.

En una línea similar, Valeria Bonomi y Federico Musto se centran en un aspecto específico de la estrategia discursiva de la ultraderecha a nivel iberoamericano: el globalismo condensado en la Agenda 2030. El artículo analiza cómo esta agenda fue construida como un significativo vacío capaz de articular malestares locales con narrativas transnacionales, adaptando sus relatos a contextos nacionales, pero configurando en simultáneo un frente ideológico cohesionado. A partir del estudio de actores políticos paradigmáticos -Javier Milei, Santiago Abascal y Agustín Laje- y de tendencias discursivas en redes sociales, se examina cómo un marco global de cooperación fue resignificado como emblema de pérdida de soberanía, imposición de valores externos y amenaza cultural y económica.

José Mario Minutti Sierra, Eduardo Crivelli Minutti y Diana Karina Mantilla Gálvez extienden este análisis a los casos de Argentina y México, a partir del estudio comparativo de las estrategias comunicativas de Javier Milei en Argentina y Eduardo Verástegui en México. Ambos casos muestran una ruptura con las derechas tradicionales y con los marcos de la democracia liberal mediante una retórica provocadora que desafía lo “políticamente correcto” y se presentan como opción antisistema. Esta narrativa construye una identidad de rebeldía frente a un supuesto orden político y cultural en decadencia, canalizando el descontento social hacia proyectos de derecha que se reivindican disruptivos y auténticos, sustentados en la idea de enfrentar a un enemigo interno: instituciones políticas, culturales y educativas presuntamente capturadas por la ideología *woke*. Al romper con los códigos de corrección política, redefinen fronteras identitarias

y legitiman formas más radicales de antagonismo.

El análisis comparado de los discursos de exponentes de derecha es también abordado por Juan Arturo Mila-Maldonado, Marta Martín-Llaguno, Momoko Araki y Kensuke Saito. A partir del Análisis Crítico del Discurso, los autores examinan la configuración discursiva de Donald Trump, Javier Milei, Viktor Orbán, Vladimir Putin y Nayib Bukele en sus entrevistas con Tucker Carlson. El trabajo sostiene que, a pesar de sus diferencias ideológicas, estos líderes articulan un eje narrativo común contrahegemónico en el que Carlson opera como co-constructor y agente legitimador, tejiendo una “cámara de eco” que naturaliza estas posturas como sentido común.

El artículo de Gonzalo Randazzo también se centra en una de estas figuras a partir del análisis del discurso político de Javier Milei, al que caracteriza como un caso de populismo liberal. Basado en la teoría político-discursiva de Laclau y Mouffe y utilizando el antagonismo social como concepto fundante de lo político, analiza las intervenciones de Milei en los debates presidenciales de 2023. El trabajo busca ampliar el alcance teórico del enfoque populista y agonista, examinando en qué medida el discurso del actual presidente argentino puede considerarse populista. Asimismo, realiza un análisis óntico del contenido específico que Milei utiliza para antagonizar el espacio político frente al status quo, reduciendo la política a sus elementos más básicos.

Para el caso brasileño, Filipo Figueira analiza la figura de Jair Bolsonaro bajo la hipótesis de que un ideal neofascista de hipervirilidad desempeñó una función estructurante en su discurso y funcionó como legitimador de sus políticas de gobierno. Mediante análisis del discurso, examina declaraciones del expresidente en las “lives de quinta”, así como intervenciones en el Palacio del Planalto y difundidas por el canal oficial de la Presidencia de la República en una plataforma digital durante todo su mandato.

Por su parte, Jorge Valtierra-Zamudio, Ricardo Bernal Lugo y Edgar Pérez Ríos estudian los discursos conservadores en contra de los programas de educación sexual promovidos por el Estado a partir del ascenso al gobierno de fuerzas de izquierda en 2018. Estos discursos, promovidos por sectores contrarios a la diversidad sexual, el matrimonio igualitario y los derechos sexuales y reproductivos, han recuperado esta bandera con el argumento de proteger la infancia y el derecho de los padres a educar a sus hijos, similar a la noción de pin parental para resistir estas políticas. Mediante la acusación al gobierno de promover el comunismo y la “ideología de género”, estas estrategias comunicativas buscan bloquear las iniciativas estatales de prevención atención en salud sexual mediante la educación.

El análisis de los medios de comunicación es otro foco sustancial de este número. El trabajo de Jorge Valdebenito Allendes examina cómo distintos medios de derecha —desde posiciones liberales hasta conservadoras y nacional-populistas— construyeron relatos sobre el estallido social chileno de 2019. El estudio muestra que, aunque estos medios coincidieron en criminalizar la protesta, presentar la crisis como una amenaza interna y legitimar medidas de control social, también exhibieron diferencias significativas en el tono de sus encuadres y en las estrategias propuestas para enfrentarla, oscilando entre un fortalecimiento del rol social del Estado y enfoques más abiertamente autoritarios.

En consonancia con lo anterior, el artículo de Hatsumi Otsu y Ariana Arteta-Mayuri examina cómo la feminidad conservadora se construye discursiva, visual y afectivamente.

te en el ecosistema digital a través del fenómeno de las *tradwives*. Mediante un enfoque metodológico mixto -que combina análisis de contenido, análisis visual y análisis crítico del discurso- las autoras estudian publicaciones de cinco creadoras angloparlantes para identificar cómo resignifican la domesticidad como una forma deseable de agencia. A partir de teorías de hegemonía, afectos y discurso, sostienen que las *tradwives* producen una subjetividad funcional a la nueva derecha digital, articulando estética, emoción y moralidad para naturalizar jerarquías de género bajo una apariencia de autenticidad y elección individual.

Finalmente, el número cierra con el trabajo de Mónica Beltrán que analiza cómo el gobierno de Javier Milei ha impulsado una política comunicacional orientada a profundizar la llamada “batalla cultural” en Argentina, ampliando los límites de lo que se considera aceptable en el debate público y promoviendo una fuerte polarización. En este contexto, algunos medios digitales, como La Derecha Diario, cumplen un rol particular al acompañar y amplificar estas estrategias comunicacionales. El artículo propone estudiar la relación entre este medio, el oficialismo y las élites de las nuevas derechas latinoamericanas, con el objetivo de comprender su impacto en el ecosistema mediático argentino y su función en la difusión de estas ideas.

Abstract: This issue of *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, University of Palermo falls within the research line on Political Communication. It brings together ten articles that reflect on political communication and the phenomenon of right-wing movements. With an approach centered on the Latin American region, this issue includes case studies that help explain how this phenomenon has unfolded in specific countries, as well as theoretical works aimed at strengthening its interpretation. Through diverse theoretical and methodological perspectives, the articles compiled here contribute to understanding the role of political communication in the rise and endurance of right-wing leaders, parties, and discourses.

Keywords: political communication – right-wing – leadership – political parties – Latin America and the Caribbean.

Resumo: Este número dos *Cadernos do Centro de Estudos em Design e Comunicação* da Universidade de Palermo inscreve-se na linha de pesquisa em Comunicação Política. Reúne dez artigos que refletem sobre a comunicação política e o fenômeno das direitas. Com uma abordagem centrada na região latino-americana, este número inclui estudos de caso que permitem compreender como esse fenômeno se desenvolveu em determinado país, assim como trabalhos teóricos voltados a fortalecer sua explicação. A partir de diversas abordagens teóricas e metodológicas, os artigos reunidos nesta coletânea contribuem para compreender a incidência da comunicação política na ascensão e permanência de lideranças, partidos e discursos de direita.

Palavras-chave: comunicação política – direitas – lideranças – partidos políticos – América Latina e Caribe.

(*) Mariano Dagatti es Investigador Adjunto de CONICET con sede de trabajo en el Centro de Estudios del Lenguaje en Sociedad (CELES-LICH) de la Universidad Nacional de San Martín. Profesor de Semiótica en la Universidad Nacional de Entre Ríos, de Semiología en la Universidad de Buenos Aires y de Comunicación Visual en la Universidad de San Andrés. Doctor en Lingüística y Magister en Análisis del Discurso (UBA).

(**) Marina Mendoza es Doctora en Ciencias Sociales y Licenciada en Sociología por la Universidad de Buenos Aires (FSOC-UBA). Investigadora Posdoctoral con sede de trabajo en el Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (IEALC-UBA). Docente de grado y posgrado en distintas universidades argentinas (UBA, UNTREF, UP, UMSA).

(***) Paulo Carlos López-López es profesor en el Departamento de Ciencia Política y Sociología de la Universidad de Santiago de Compostela (USC). Docente en los grados de Ciencia Política y de Comunicación Audiovisual, así como en el Máster de Tecnologías en Marketing y Comunicación Política. Doctor en Comunicación e Industrias Creativas por la USC. Investigador del Equipo de Investigaciones Políticas (GI-1161).