¿Se le acabó el aura a Milei?

Sesenta días de conversación argentina en redes sobre el Presidente, del 5 de septiembre al 4 de noviembre de 2026, analizados con Sapiens, la plataforma de escucha social de Reputación Digital.

Lo contamos en cinco actos: qué pasó en el país, qué dijo la gente en redes y qué dicen los números sobre la pregunta del título.

José Norte Sosa

director general, Reputación Digital · Córdoba, Argentina · noviembre de 2026



Qué entendemos por aura y cómo la medimos

Cuando un presidente tiene aura, la conversación política gira alrededor de él aunque no haga nada nuevo. Lo defiende gente que no milita, lo discuten sus adversarios y los periodistas arman la semana con lo que dijo o dejó de decir. Para medir eso en redes usamos cuatro señales, que salen de lo que publicaron los argentinos entre el 5 de septiembre y el 4 de noviembre de 2026.

1 · Espacio que ocupa

¿Cuánto de la conversación política ocupa?

Qué parte de todas las publicaciones sobre política argentina nombra a Milei cada día. Si el aura existe, ese porcentaje se mantiene alto aunque el Gobierno no haga nada nuevo.

2 · Emoción

¿Qué siente la gente real cuando lo nombra?

Si lo que se publica es negativo, neutro o positivo, y qué emoción hay detrás, separando a los bots y a los trolls de la gente real.

3 · Agenda

¿Pone los temas o se los ponen?

De qué se habla cuando se habla de él: de los temas que elige él (Malvinas, 2027, Vaca Muerta, Trump) o de los que llegan de la calle (fin de mes, tarifas, universidad, Bullrich).

4 · Defensa militante

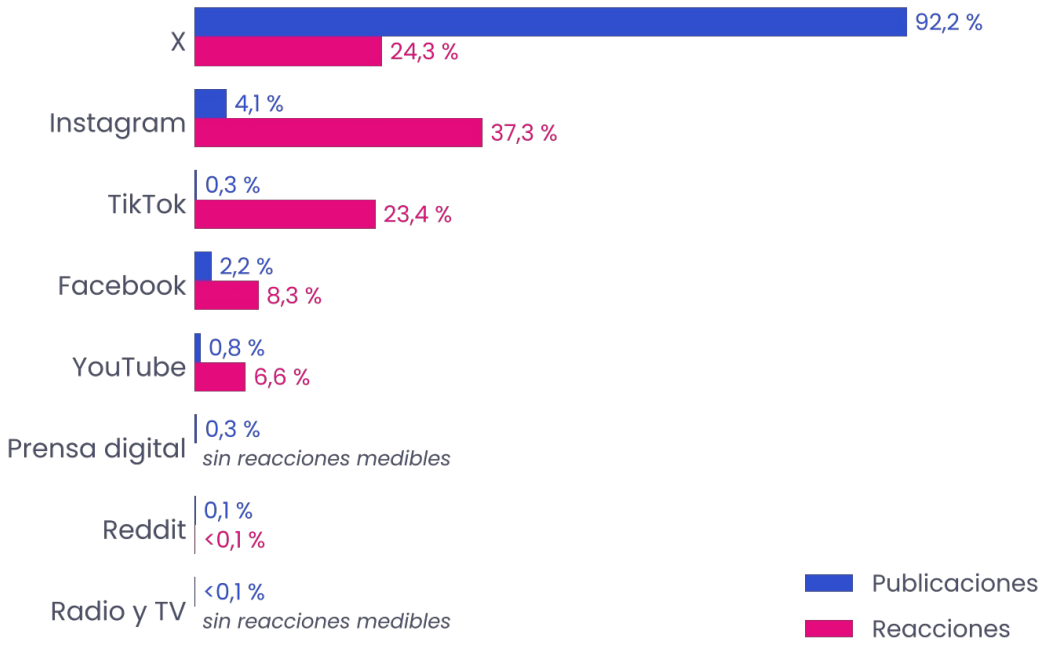
¿Quién lo defiende: la militancia o la gente común?

Qué parte de las publicaciones de personas reales lo defiende y de dónde sale esa defensa. A un presidente con aura lo defiende gente que no milita. Cuando el aura se va, quedan la militancia, los medios afines y los bots.

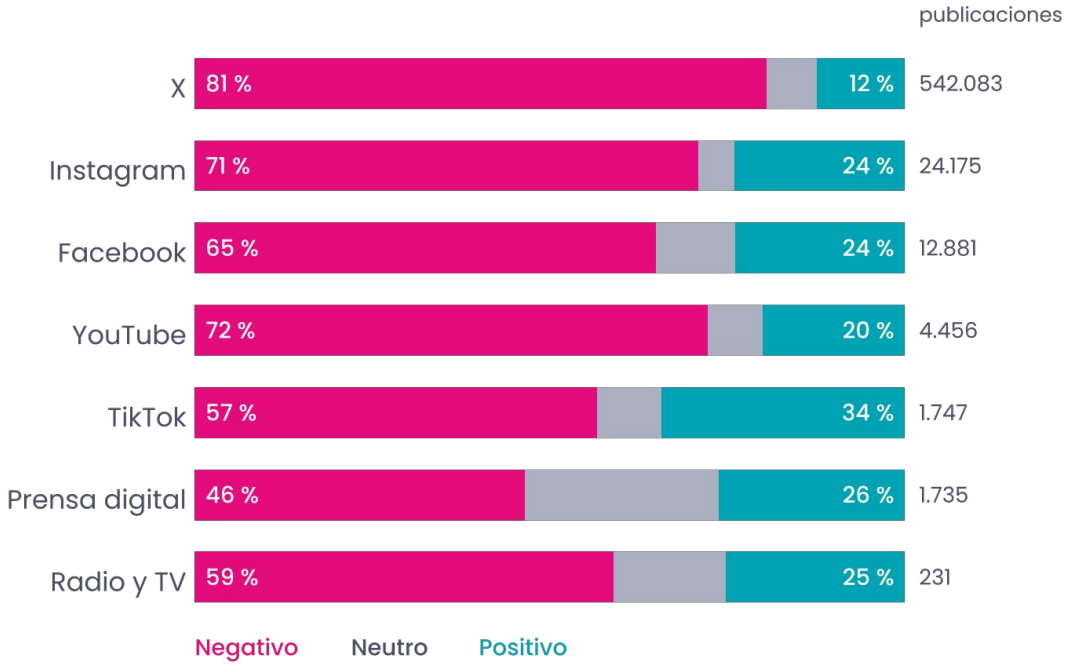
Fuente: Sapiens (Reputación Digital). Corpus principal: 326.638 publicaciones que nombran a Milei en la escucha de política argentina; 96 % provienen de X. Cada publicación se clasifica por sentimiento, emoción y tipo de cuenta (real, troll o bot). La lámina siguiente suma las otras redes, la prensa, la radio y la televisión.

Dónde se habla de Milei: X no es toda la conversación

La escucha de política argentina sale casi toda de X: 96 de cada 100 publicaciones. Eso tiene un problema conocido: X es la red donde más fácil se fabrican bots y trolls. Para que la lectura no dependa de una sola red, sumamos los otros 29 espacios que Sapiens escucha en la Argentina: cuentas de medios y de periodistas, política de la Ciudad y de Córdoba, medios de las provincias y la transcripción de radio y televisión. Sumando todo, hay 588.172 publicaciones que nombran a Milei; 46.089 están fuera de X. Son pocas, pero concentran mucha atención: en reacciones, Instagram y TikTok juntas superan a X. Y en ninguna red lo positivo le gana a lo negativo: en TikTok, la más favorable, uno de cada tres mensajes es positivo; en X, uno de cada ocho.



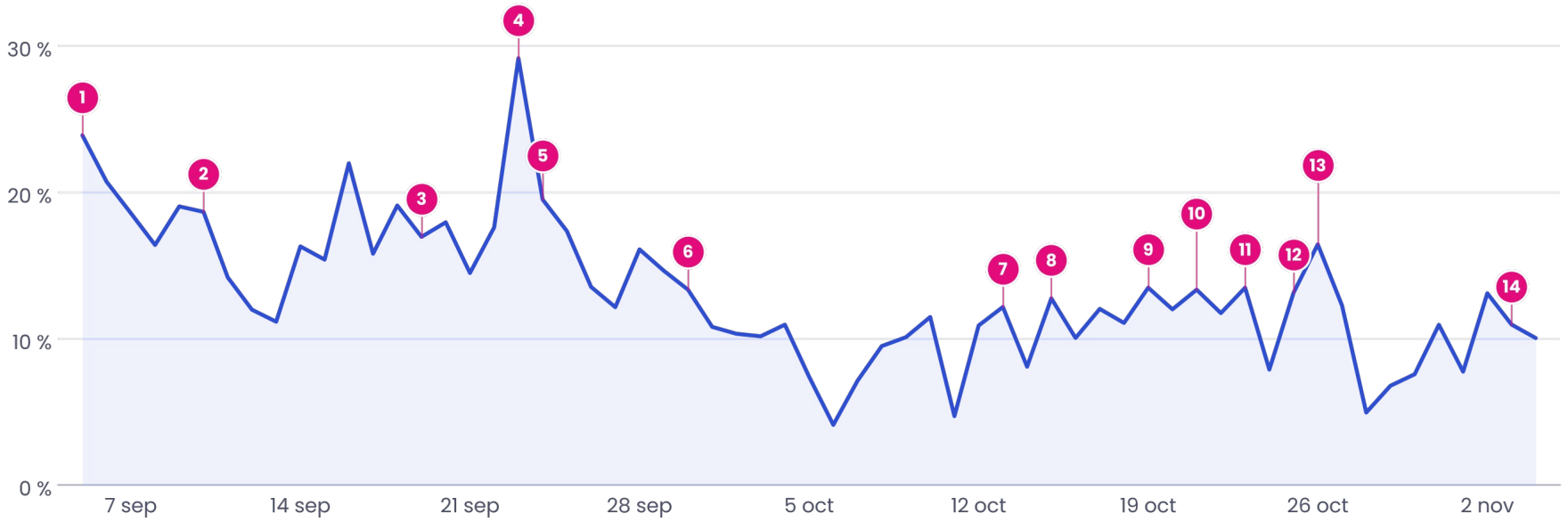
Publicaciones y reacciones (me gusta y equivalentes) por red, en porcentaje del total de los 30 espacios.



Sentimiento por red. Radio y TV: transcripciones de Rivadavia, Radio 10, TN y Telefe, casi todas de la primera quincena de septiembre; sirven como contexto, no para contar.

Sesenta días en un vistazo

La línea muestra qué parte de toda la conversación política argentina hablaba de Milei cada día. El 5 de septiembre lo nombraba una de cada cuatro publicaciones (24 %). El 23 de septiembre, con el viaje a Nueva York, fue casi una de cada tres (29 %), el punto más alto del período. Desde la primera semana de octubre baja a una de cada diez y ahí se queda hasta el 4 de noviembre. Los círculos marcan los catorce hechos que se detallan en la lámina siguiente.



326.638

publicaciones que nombran a Milei en 61 días

13,8 %

de la conversación política, promedio del período

17,6 % → 10,9 %

primera quincena frente a la última

Cómo leer este gráfico

Participación es la parte de la conversación política que nombra a Milei cada día. Sirve para comparar días de mucha y de poca actividad, porque mide la proporción y no la cantidad.

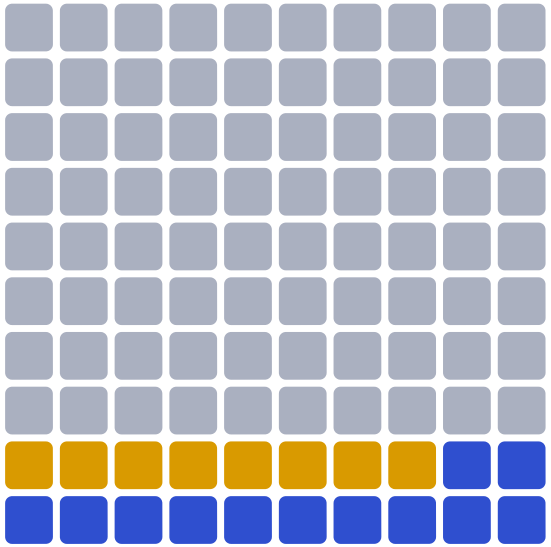
Los catorce hechos que explican la curva

1	**5 sep**	Milei cierra la convención del IAEF en Misiones: «les vamos a ganar en 2027». Sigue el debate por la cadena nacional sobre Malvinas.
2	**10 sep**	Se viraliza una entrevista en la que no sabe el precio de la carne; circula el dato de 33 empresas cerradas por día.
3	**19 sep**	Marcha de la Bronca en 70 ciudades, convocada por Bregman y Del Caño con artistas y 370 organizaciones.
4	**22-23 sep**	Pico del período: reunión con Trump en Nueva York por el Escudo de las Américas. Kicillof habla en Nueva York el mismo día.
5	**24 sep**	INDEC: la pobreza sube al 32,3 % en el primer semestre, cuatro puntos más que a fines de 2025.
6	**30 sep**	Diputados convoca sesión para derogar el DNU 70/23 tras el fallo de la Corte sobre la Ley de Tierras.
7	**13 oct**	INDEC: inflación de septiembre 1,9 %, arriba del 1,7 % de agosto. Milei: «seguimos domando».
8	**15 oct**	Quinta Marcha Federal Universitaria: incidentes y represión frente al Congreso, 31 detenidos.
9	**19 oct**	En Neuquén llama «pelotudez» al argumento de que la gente no llega a fin de mes.
10	**21 oct**	Madrid: llama «dictador» a Sánchez; Feijóo y Abascal evitan la foto; la Casa Real no lo recibe.
11	**23 oct**	Sobreseído en la causa $LIBRA; en la Fundación Faro dice que algunos periodistas «se tienen que quemar en la hoguera».
12	**25 oct**	Lula gana el balotaje en Brasil con 51,8 %; Bullrich dice que Milei «cruzó un límite».
13	**26 oct**	Bullrich falta a la reunión de Gabinete; se viraliza «voté a Milei y me equivoqué» (C5N).
14	**3 nov**	Los demócratas le ganan a Trump las dos cámaras del Congreso de Estados Unidos.

Hechos verificados en prensa (Clarín, Perfil, Infobae, El Economista, Canal 26, Euronews, Chequeado, INDEC, TSE de Brasil). Las frases entre comillas son textuales.

Quién habla cuando se habla de Milei

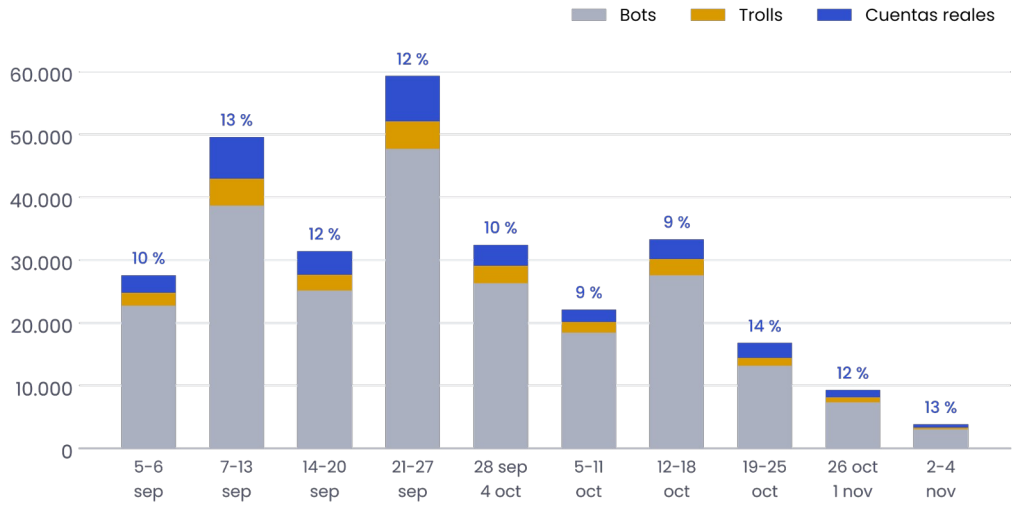
De cada 100 publicaciones que Sapiens pudo clasificar, 80 salen de cuentas que se comportan como máquinas, 8 de trolls y 12 de personas. En la práctica, quien abre X para ver qué se dice de Milei lee sobre todo a la maquinaria de un lado y del otro. Por eso este informe mira la conversación en dos capas: la general, que es la que aparece en la pantalla, y la de la gente real, que es la que más se parece a la opinión pública.



80 bots 230.250 publicaciones

8 trolls 22.808 publicaciones

12 cuentas reales 32.813 publicaciones



Publicaciones por semana según el tipo de cuenta. El porcentaje sobre cada barra es la parte que corresponde a cuentas reales.

Una cuenta real no es necesariamente neutral: la militancia de un lado y del otro publica desde cuentas reales. Lo que distingue a esta capa es que detrás hay una persona.

Qué es un bot para este informe

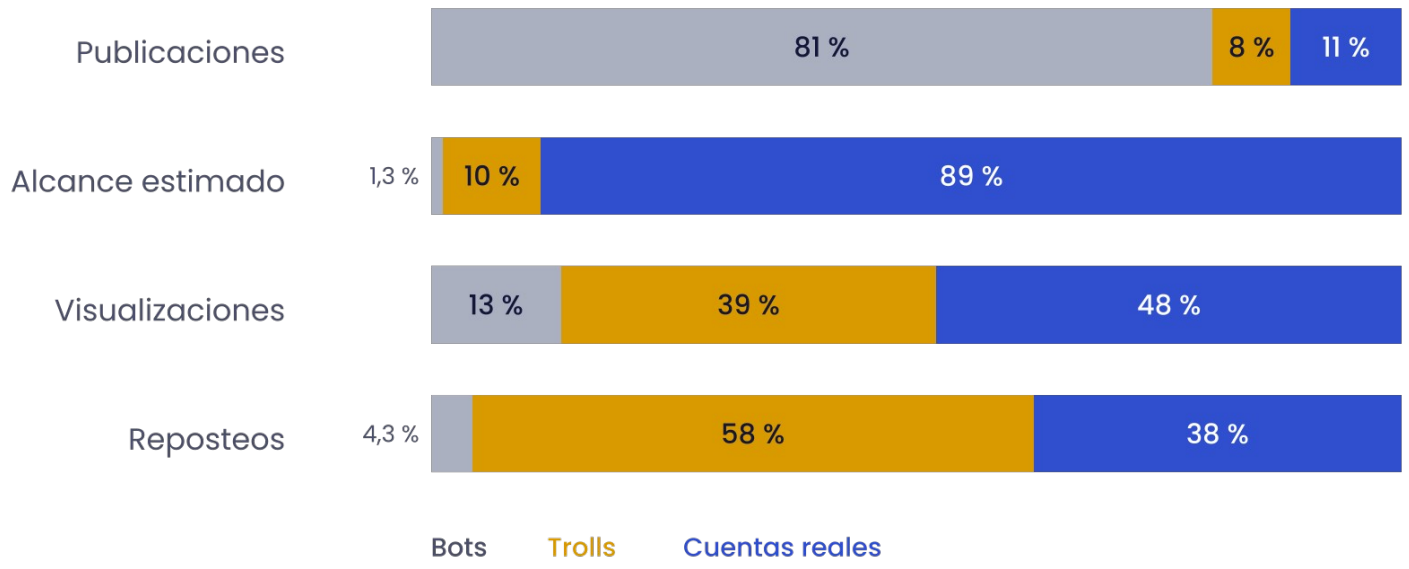
Botmeter es el detector de Sapiens. Mira cómo se comporta cada cuenta (cuántas veces publica, si repite textos, en qué horarios, con quién se conecta) y la clasifica en bot, troll o cuenta real.

Los bots son más negativos que las personas: el 82 % de sus publicaciones es negativo, contra el 65 % de las cuentas reales.

El tema que más amplifican los bots es Malvinas: el 81 % de las publicaciones que unen a Milei con Malvinas sale de cuentas automatizadas.

Los bots publican mucho y llegan a pocos

Contar publicaciones es una cosa; medir hasta dónde llegan es otra. Sapiens guarda, para cada publicación de X, el alcance (los seguidores de la cuenta) y el alcance estimado (cuánta gente pudo verla). Si se mide así, el resultado es otro. Los bots son el 80 % de las publicaciones, pero apenas el 1,3 % del alcance estimado, porque son cuentas chicas: la mitad tiene menos de 300 seguidores. Las cuentas reales son el 11 % de las publicaciones y el 89 % del alcance. Y los trolls, que son el 8 %, consiguen el 58 % de los reposteos: son la militancia organizada de los dos lados, la que hace circular los mensajes.



Cada barra reparte el total entre los tres tipos de cuenta. Publicaciones: 285.871. Alcance estimado: 5.534 millones. Visualizaciones: 24,9 millones. Reposteos: 91.336.

299
seguidores o menos: la mitad de los bots

8.134
seguidores o menos: la mitad de los trolls

6.806
seguidores o menos: la mitad de las cuentas reales

Quién llega más lejos

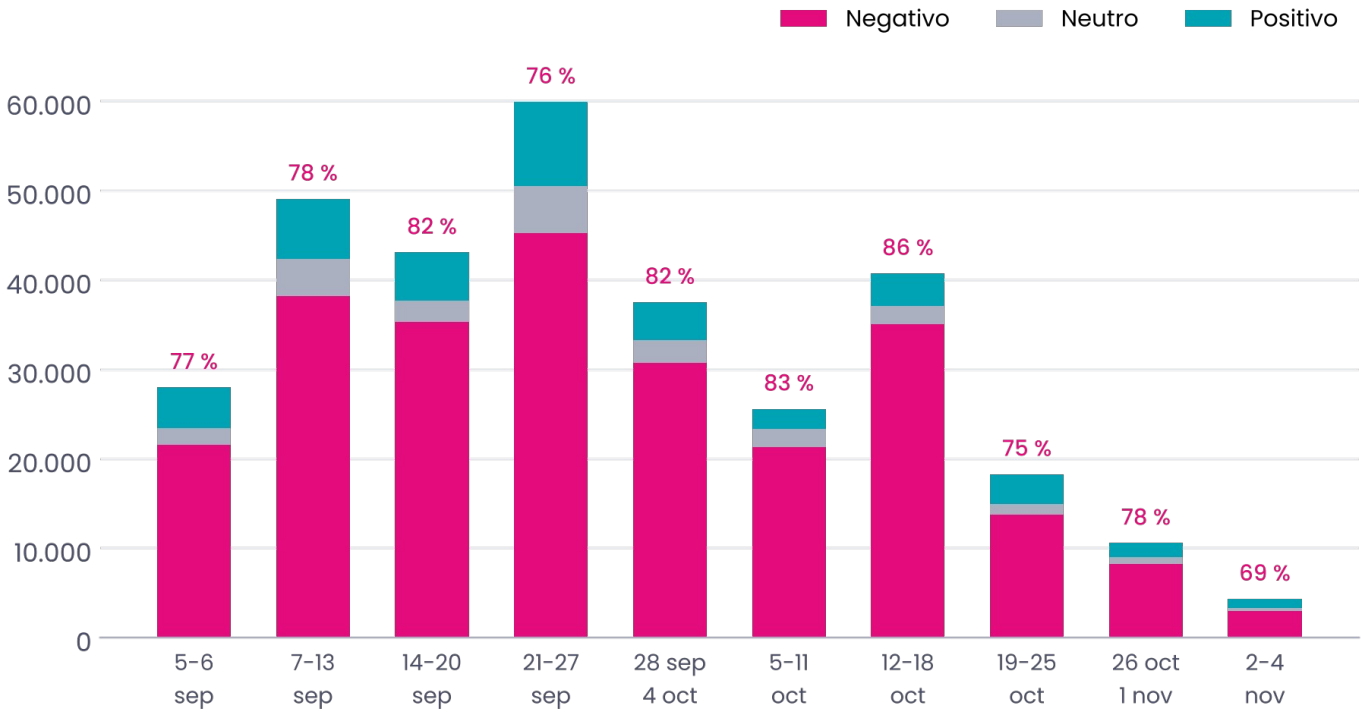
Las cuentas reales con más alcance son los medios: Clarín (607 millones de alcance estimado acumulado), Infobae (482), TN (406), C5N (198), El Destape (191), La Derecha Diario (191), La Nación (186) y Perfil (151). Lo que le llega a la gente sobre Milei lo escriben, sobre todo, los medios de los dos lados.

Cómo leer

Sapiens tiene alcance estimado para 140.261 publicaciones de X (44 % de las de bots, 74 % de las de cuentas reales, 62 % de las de trolls); los porcentajes se calculan sobre esas.

La conversación general: lo que se ve en la pantalla

Ocho de cada diez publicaciones que nombran a Milei son negativas. Esa proporción casi no se mueve en los sesenta días: va de 75 % a 86 % según la semana. Lo que sí cambia es el tamaño de la conversación. La semana del 21 al 27 de septiembre tuvo 60.612 publicaciones; la del 26 de octubre al 1 de noviembre, 10.870. Cada vez se habla menos de él, pero los que siguen hablando lo hacen igual de mal.



80 %
negativo

13 %
positivo

7 % neutro · 326.638 publicaciones · 77,8 millones de visualizaciones acumuladas

Cómo leer este gráfico

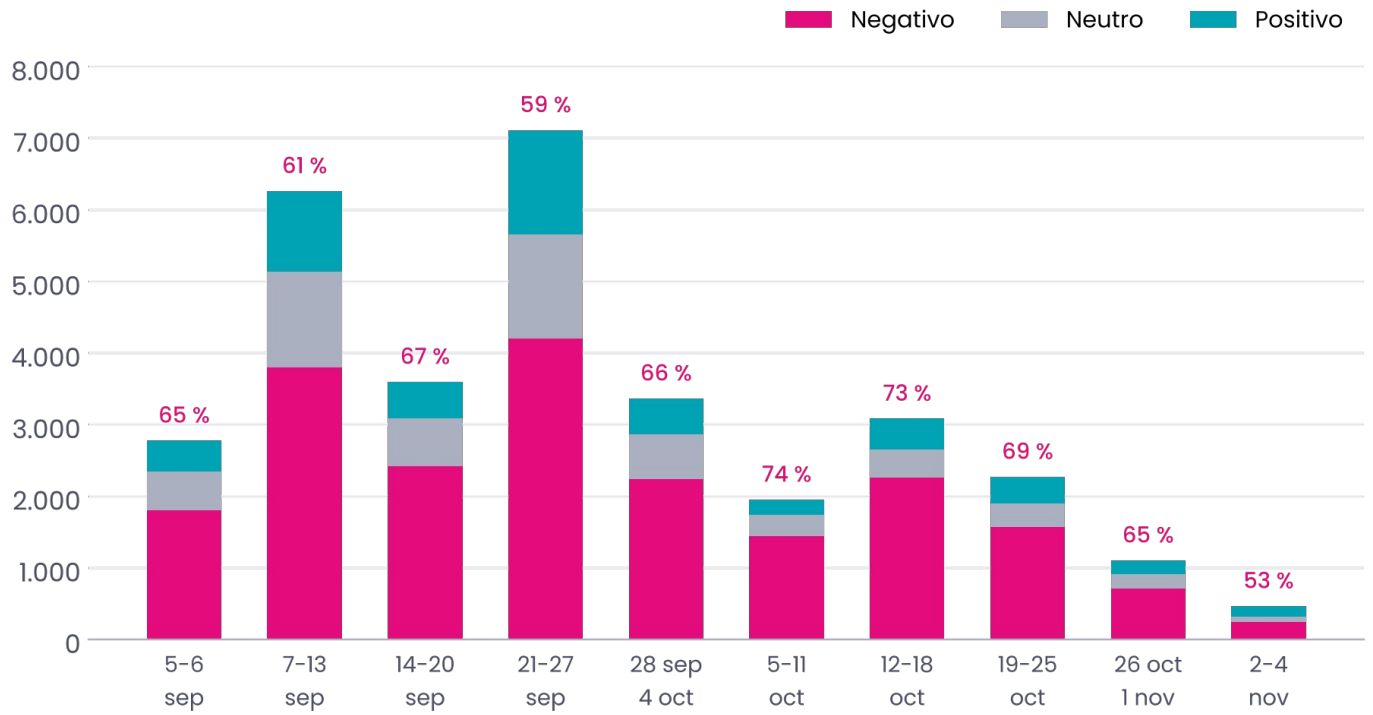
Cada barra es una semana. El alto de la barra es la cantidad de publicaciones que nombran a Milei; los colores muestran cuántas son negativas, neutras o positivas. El número sobre cada barra es el porcentaje de negativas.

La última barra cubre solo tres días (2 al 4 de noviembre).

La publicación más compartida del período es negativa: una entrevista en la que Milei dice no saber el precio de la carne (10 de septiembre, 8.946 veces compartida). La más compartida a favor es el video oficialista «Milei: no voy a hacer populismo para ganar una elección» (31 de octubre, 2.907 veces).

Sin bots ni trolls: lo que dice la gente

Si sacamos a los bots y a los trolls, queda la gente. Ahí la negatividad baja quince puntos, pero sigue siendo mayoría: el 65 % de las publicaciones de las cuentas analizadas sobre Milei tiene un tono negativo. Las peores semanas son las del 5 al 18 de octubre (73 % y 74 % de negativas), las del dato de inflación, la marcha universitaria y la frase de Neuquén sobre el fin de mes. A principios de noviembre lo positivo sube a 32 %, con muy pocas publicaciones todavía para hablar de tendencia.



Dato para tener a mano: entre las cuentas reales, lo positivo fue 21 % la semana del viaje a Nueva York (21 al 27 de septiembre) y cayó a 11 % la semana del 5 al 11 de octubre, la peor del período.

65 %
negativo

17 %
positivo

18 % neutro · 32.813 publicaciones de cuentas reales

Cómo leer este gráfico

Misma lectura que la lámina anterior, pero solo con las publicaciones de cuentas reales. La escala es distinta: acá la semana más alta tiene 7.164 publicaciones, no 60.000.

Ese 17 % positivo es el mejor dato que tenemos de cuánta gente real lo defiende por su cuenta. Quién está detrás de ese 17 % se ve en la lámina 21.

Acto 1 · El Presidente marca la agenda

1 El Presidente marca la agenda

5 al 14 de septiembre · 90.209 publicaciones · entre 15 % y 24 % de la conversación política

El 5 de septiembre Milei cierra en Misiones la convención del IAEF y dice «les vamos a ganar». Las cuentas oficialistas repiten la frase esa misma noche, y la cadena nacional sobre Malvinas del 3 de septiembre sigue mandando en la conversación: 28.709 publicaciones unen a Milei con Malvinas en diez días, un tercio de todo lo que se dice de él. Ocho de cada diez salen de cuentas automatizadas, pero el tema es suyo y lo puso él. Ese fin de semana la radio habla de los mil días de gobierno y discute la cadena nacional: «repentino patriotismo» en Radio 10, un «golazo» del Gobierno en Rivadavia. Y ya aparece la frase que va a volver en octubre: «no llegan a fin de mes».

El primer problema aparece el 10 de septiembre. En una entrevista, el Presidente no sabe el precio de la carne, y ese recorte se convierte en la publicación más compartida de los sesenta días. El mismo día circula un dato de DW: cierran 33 empresas por día. Al día siguiente el INDEC informa la inflación de agosto, 1,7 %, la más baja en catorce meses, y el oficialismo la festeja. Desde ese día el Gobierno habla del índice de inflación y la gente habla de lo que cuestan las cosas, y las dos conversaciones casi no se cruzan.

28.709
publicaciones con Malvinas

3.825
sobre fin de mes y precios

63 %
negativas entre cuentas reales

> *Milei se mostró confiado para 2027: «les vamos a ganar». Cerró la 47.ª Convención Anual del IAEF en Misiones.*
>
> Cuenta oficialista, 5 de septiembre · 606 veces compartida

> *Milei y su desconexión con la realidad argentina: sorprendió al afirmar que no sabe el precio de la carne.*
>
> La más compartida del período, 10 de septiembre · 8.946 veces

> *Argentina pierde 33 empresas por día. En lo que va del Gobierno, la cantidad de empresas se redujo en unas 31.000.*
>
> DW en español, 10 de septiembre · 6.901 veces compartida

Acto 2 · La calle y la bronca

2 La calle y la bronca

15 al 24 de septiembre · 76.259 publicaciones · incluye el pico del período (29 %, 23 de septiembre)

La semana del 14 al 20 de septiembre llegaron las boletas. 1.481 publicaciones unen a Milei con la luz, el gas y las tarifas, la cifra más alta del período. El 14 y el 15, artistas como Mirta Busnelli, Miguel Cantilo y Bersuit convocan a la Marcha de la Bronca, y la publicación de Myriam Bregman con esa convocatoria se comparte 14.883 veces, más que cualquier mensaje oficialista en dos meses. El 19 la marcha sale en 70 ciudades. Malvinas sigue arriba, con 29.551 publicaciones, pero ya comparte el lugar con la calle.

El 21 reaparece Adorni, fuera del Gobierno desde junio, por la causa de enriquecimiento ilícito, y la corrupción trepa a 2.856 publicaciones. El 22 y el 23 Milei está en Nueva York con Trump por el Escudo de las Américas, y el 23 se produce el pico de los sesenta días. Pero hay un detalle que importa para este informe: ese mismo 23, Kicillof habla en Nueva York y se lleva 11.825 menciones. Es la primera vez en el período que otro nombre le disputa el centro de la conversación. El 24, el INDEC informa que la pobreza subió al 32,3 %.

1.481
sobre tarifas, semana del 14 al 20

14.883
veces compartida la convocatoria

60 %
negativas entre cuentas reales

> *Te robaron hasta el pan. El ajuste golpea directo en el bolsillo con subas brutales en la luz, el gas y los alimentos.*
>
> Publicación del 17 de septiembre · 133 veces compartida

> *Axel se pronunció desde la vereda opuesta a Trump y Milei. Disertó en Nueva York y pidió avanzar en un bloque regional.*
>
> Publicación del 22 de septiembre · 238 veces compartida

> *Importantes artistas convocan a la Marcha de la Bronca. Hay bronca por los salarios que no alcanzan.*
>
> Myriam Bregman, 15 de septiembre · 14.883 veces compartida

Acto 3 · Soberanía y propiedad

3 Soberanía y propiedad

25 de septiembre al 14 de octubre · 101.983 publicaciones · por primera vez debajo del 10 %

El 29 de septiembre la Corte Suprema convalida la derogación de la Ley de Tierras por el DNU 70/23. Bregman escribe que «tres jueces pasan por encima de la voluntad de miles» y su publicación se comparte 3.608 veces; al día siguiente Diputados convoca una sesión especial para derogar el decreto. En estas tres semanas la Ley de Tierras suma 11.266 publicaciones y Kicillof, 10.678. Mientras tanto, entre el 2 y el 4 de octubre, Milei recibe en París el premio del Foro Económico como «economista más influyente del mundo». Adentro, familias de Salta cuentan que les van a demoler las casas por la ley.

El 4 de octubre Flávio Bolsonaro sale primero en Brasil y las cuentas libertarias festejan. El 8, una publicación muy compartida afirma que Daniel Hadad ve a Massa como el mejor candidato para enfrentar a Milei en 2027. Del 12 al 14 Malvinas vuelve al centro, con versiones sobre un tribunal internacional e Interpol y la base naval de Tierra del Fuego anunciada en la cadena nacional, empujadas por cuentas clasificadas como trolls. El 13 el INDEC informa la inflación de septiembre, 1,9 %, y Milei responde «seguimos domando».

7,9 %
participación, semana del 5 al 11 de octubre

11.266
publicaciones con la Ley de Tierras

68 %
negativas entre cuentas reales

> *Tres jueces de la Corte Suprema pasan por encima de la voluntad de miles que nos movilizamos el 6 de agosto.*
>
> Myriam Bregman, 29 de septiembre · 3.608 veces compartida

> *Milei arrasa: en LN+ afirmaron que subió la intención de voto y llegaría al 50 %, 13 puntos arriba de Kicillof.*
>
> Cuenta clasificada como troll, 12 de octubre · 398 veces compartida

Mientras Milei habla desde afuera, adentro se discute tierra, jubilaciones y precios. Es la primera semana del período en que ocupa menos del 10 % de la conversación política.

Acto 4 · No se llega a fin de mes

4 No se llega a fin de mes

15 al 24 de octubre · 39.260 publicaciones · el tramo más negativo entre las cuentas reales (74 %)

El 15 de octubre la quinta Marcha Federal Universitaria termina con gases, camiones hidrantes y 31 detenidos frente al Congreso. La publicación más compartida del día la describe como la primera marcha en la que el Gobierno «se anima a reprimir estudiantes» (1.906 veces). El 17 se viraliza un video oficialista en el que Milei ataca a periodistas.

El 19, en la exposición de petróleo y gas de Neuquén, el Presidente dice que es «una pelotudez del tamaño de una casa» afirmar que la gente no llega a fin de mes: «¿cómo hacen para vivir diez días sin comer ni beber?». Responde a una encuesta de Zentrix según la cual a dos de cada tres argentinos la plata les dura hasta el día 20. Esa misma semana salen dos más: Brain Network (el 82 % no termina el mes con plata disponible) y CELAG (el 37,5 % no llega y el 52,1 % llega con mucho esfuerzo). La frase domina lo más compartido del 19 y del 20 de octubre y marca la conversación sobre el bolsillo durante el resto de octubre. El 21 viaja a Madrid y llama «dictador» a Sánchez; Feijóo y Abascal evitan la foto y la Casa Real no lo recibe. El 23, el mismo día en que es sobreseído en la causa $LIBRA, dice en la Fundación Faro que algunos periodistas «se tienen que quemar en la hoguera». Entre las cuentas reales es el tramo más negativo de los sesenta días: el 74 % de lo que publican es negativo. Esa semana se habló del fin de mes, de la universidad y de la prensa, y de ningún tema que hubiera elegido él.

74 %
negativas entre cuentas reales, el máximo

13 %
positivas entre cuentas reales, el mínimo

5.983
con Malvinas, cinco veces menos que en septiembre

> *Milei dijo que es «una pelotudez» decir que la gente no llega a fin de mes: «¿cómo viven sin comer y sin beber?».*
>
> 19 de octubre · 1.593 veces compartida (1.994 en otra versión)

> *Milei y Bullrich reprimen a estudiantes universitarios. Primera marcha en la que el Gobierno se anima a reprimir.*
>
> 15 de octubre · 1.906 veces compartida

> *Una encuesta vuelve a poner a Cristina por encima de Milei: 45,1 % contra 38,9 %.*
>
> Medio provincial, 20 de octubre · 390 veces compartida

Acto 5 · El silencio

5 El silencio

25 de octubre al 4 de noviembre · 19.067 publicaciones · el mínimo del período

El 25 de octubre Lula gana el balotaje. En su búnker aparece una bandera de «Las Malvinas son argentinas» y un canto: «traigan al gorila de Milei». Las cuentas oficialistas anuncian que no habrá comunicado del Gobierno, y Brasil pasa a ser el primer tema de la conversación, con 4.045 publicaciones, por encima de Malvinas. Ese fin de semana Bullrich dice que el Presidente «cruzó un límite» con la frase de la hoguera, y el lunes 26 falta a la reunión de Gabinete.

Ese mismo lunes un hombre se quiebra en vivo en C5N: «voté a Milei y me equivoqué», 6.095 veces compartido. Milei hace el gesto viral «six seven» desde el balcón de la Casa Rosada. El 28 y el 29 viaja a Catamarca y circula la foto de un presidente comiendo solo, con mantel de plástico. El 31 insiste: «no voy a hacer populismo para ganar una elección». El 3 de noviembre los demócratas le ganan a Trump las dos cámaras. En estos once días Milei ocupa entre el 7 % y el 12 % de la conversación política. Lo positivo entre las cuentas reales sube a 24 %, pero con muy pocas publicaciones: los que lo defienden siguen ahí, y la mayoría de los demás dejó de hablar de él.

4.045
con Lula y Brasil, el primer tema del acto

24 %
positivas entre cuentas reales, el máximo

701
con Bullrich, el doble que en el acto anterior

> *«Voté a Milei y me equivoqué». En un móvil de C5N por Avellaneda, un hombre se quebró en vivo al contar su situación.*
>
> C5N, 26 de octubre · 6.095 veces compartida

> *Apareció la bandera de Las Malvinas son argentinas en el búnker de Lula mientras cantaban en contra de Milei.*
>
> 25 de octubre · 1.272 veces compartida, cuenta clasificada como troll

> *Milei: «No voy a hacer populismo para ganar una elección».*
>
> Cuenta oficialista, 31 de octubre · 2.907 veces, la más alta a favor

Las diferencias con Bullrich

Patricia Bullrich preside el bloque libertario en el Senado y es el nombre del oficialismo que más se despega del Presidente en estos sesenta días. En la conversación, 3.967 publicaciones la nombran junto a Milei, con dos picos: la semana del 14 al 20 de septiembre (809) y la del 26 de octubre al 1 de noviembre (442). Detrás de las diferencias hay dos cosas: quién maneja los bloques y cuánto futuro le ve ella al proyecto.

1 — 22 sep

La Casa Rosada la frena por el tema discapacidad: «estas cosas se hablan adentro».

2 — 8 oct

Se diferencia por el pliego de una fiscal.

3 — 9 oct

Más de dos horas con Milei en Olivos; Perfil habla de una tregua «sin Karina».

4 — 25 oct

Por la frase de la hoguera: el Presidente «cruzó un límite».

5 — 26 oct

Falta a la reunión de Gabinete en la Casa Rosada.

6 — 29 oct

Perfil titula «¿Ruptura en puerta?».

El control de los bloques

La disputa de fondo viene de junio, cuando Karina Milei tomó el manejo de los bloques libertarios tras la salida de Adorni: se sumó a los chats de las dos bancadas, armó un grupo nuevo en el Senado para no depender de Bullrich y le trabó una sesión que ella quería convocar (Letra P, La Política Online). Desde entonces, Bullrich negocia con los aliados y la Casa Rosada decide la agenda.

Lo que cuentan los periodistas

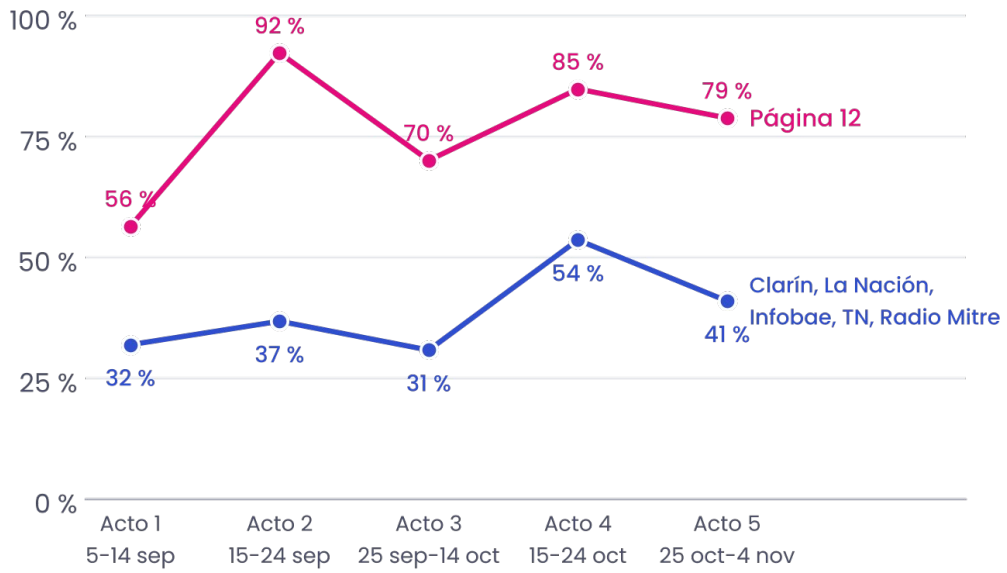
Clarín (26 de octubre): ve «cada vez todo más gris» la reelección y dice que Milei le prometió frenar los insultos y no cumplió; en el Senado repiten que «le importa tres pitos si la echan». El 21 y el 22 de octubre dijo en TN e Infobae que está «preparada para ser presidenta», y el 23 publicó un video con música de Plan B que la Casa Rosada leyó como un aviso por la vicepresidencia (NA). La Política Online: en 2027 juega «sí o sí».

Lo que dice la gente

Las publicaciones que la nombran junto a Milei son en su mayoría negativas para los dos: la más compartida la hace corresponsable de la represión a los universitarios (1.906 veces). La versión del «50 % de los ministerios» (29 de octubre, 1.105 veces) circuló sin respaldo periodístico. En la conversación, Bullrich aparece como parte del Gobierno, no como una alternativa a Milei.

Lo que dijeron los medios, de una y otra vereda

Para no leer los sesenta días solo desde X, miramos las notas de seis sitios (Infobae, La Nación, Clarín, TN, Radio Mitre y Página/12: 1.735 notas que nombran a Milei) y las cuentas de los medios en Instagram y Facebook. El tono de Página/12 es negativo en todo el período. Lo nuevo está en los otros cinco, que no son opositores: en septiembre, una de cada tres notas tenía tono negativo; entre el 15 y el 24 de octubre, los días del fin de mes, de Madrid y de la hoguera, pasaron a ser más de la mitad (54 %). En la segunda quincena de octubre el Presidente perdió también a la prensa que lo venía tratando con cuidado.



Porcentaje de notas con tono negativo (título y copete) en cada acto. En Instagram y Facebook, las publicaciones sobre Milei de El Destape, Página/12 y C5N juntan 842.252 reacciones; las de Clarín, La Nación, Infobae, TN, Radio Mitre, A24, Ámbito y El Cronista, 589.102. El público que reacciona a las noticias sobre Milei en esas redes es, sobre todo, el que lo critica. Radio y TV: 231 fragmentos, 59 % negativos, casi todos de la primera quincena de septiembre.

Clarín, La Nación, Infobae, TN

- La Nación, 14 de octubre: «Milei, en zona de debilidad. ¿A qué juega Patricia, a sus espaldas?».
- TN, 24 de octubre: «Milei enfrenta el dilema de Massa en 2023: cómo ser gobierno y candidato cuando la economía no responde».
- Clarín, 24 de octubre: «Del Plan V al Plan B: Bullrich desafía el liderazgo de Milei en crisis por el riesgo de un balotaje». El mismo día, sobre once encuestas: el rechazo es alto, pero sigue unos puntos arriba en intención de voto.
- La Nación, 25 de octubre: «El momento bisagra para Milei».

Página/12, El Destape, C5N · y la vereda oficialista

- Página/12, 14 de septiembre: «Una encuesta muestra la degradación de la imagen de Milei»; 21 de septiembre: «Trump le da la espalda a Milei y se desinfla la operación malvinera»; 14 de octubre: «¿El 1,9 % es el piso de un modelo agotado?».
- El Destape (Instagram, 26 de octubre): tras la derrota de Bolsonaro, «Milei se llamó a silencio», 31.010 reacciones. C5N (TikTok, 26 de octubre): «voté a Milei y me equivoqué», 1,3 millones de visualizaciones.
- Del otro lado, Radio Mitre (12 de octubre): «estamos recontra convencidos que vamos a ser reelectos»; el 24 de octubre destaca que, para Milei, Bullrich «es socia». Entre las cuentas con más alcance en X, La Derecha Diario es la que más publica a favor: 136 publicaciones positivas.

El telón de fondo internacional

Los tres hechos de afuera entraron en la conversación argentina, pero siempre leídos en clave local: Lula es «el gorila», Sánchez es «el zurdo» y Trump es el aliado que pierde en su casa. Entre los tres suman 33.780 publicaciones. Es bastante, pero no es lo que manda: Malvinas sola suma 84.697 y los diez temas de la calle y la política interna, 54.296.

Brasil · 25 de octubre

Lula gana el balotaje con 51,8 % frente a 48,2 % de Flávio Bolsonaro, después de haber salido segundo en la primera vuelta (4 de octubre). En el búnker del PT cantan contra Milei y las cuentas oficialistas anuncian que no habrá comunicado del Gobierno.

10.709 publicaciones

nombran a Milei y este tema

España · 21 de octubre

Milei llama «impresentable dictador» a Sánchez en Madrid. Solo Ayuso lo recibe; Feijóo y Abascal evitan la foto a cinco semanas de la elección del 29 de noviembre, y la Casa Real condiciona cualquier audiencia a que también vea a Sánchez.

6.542 publicaciones

nombran a Milei y este tema

Estados Unidos · 3 de noviembre

Los demócratas recuperan la Cámara de Representantes y el Senado; en Texas gana James Talarico. Seis semanas antes, Milei se había mostrado con Trump en Nueva York por el Escudo de las Américas.

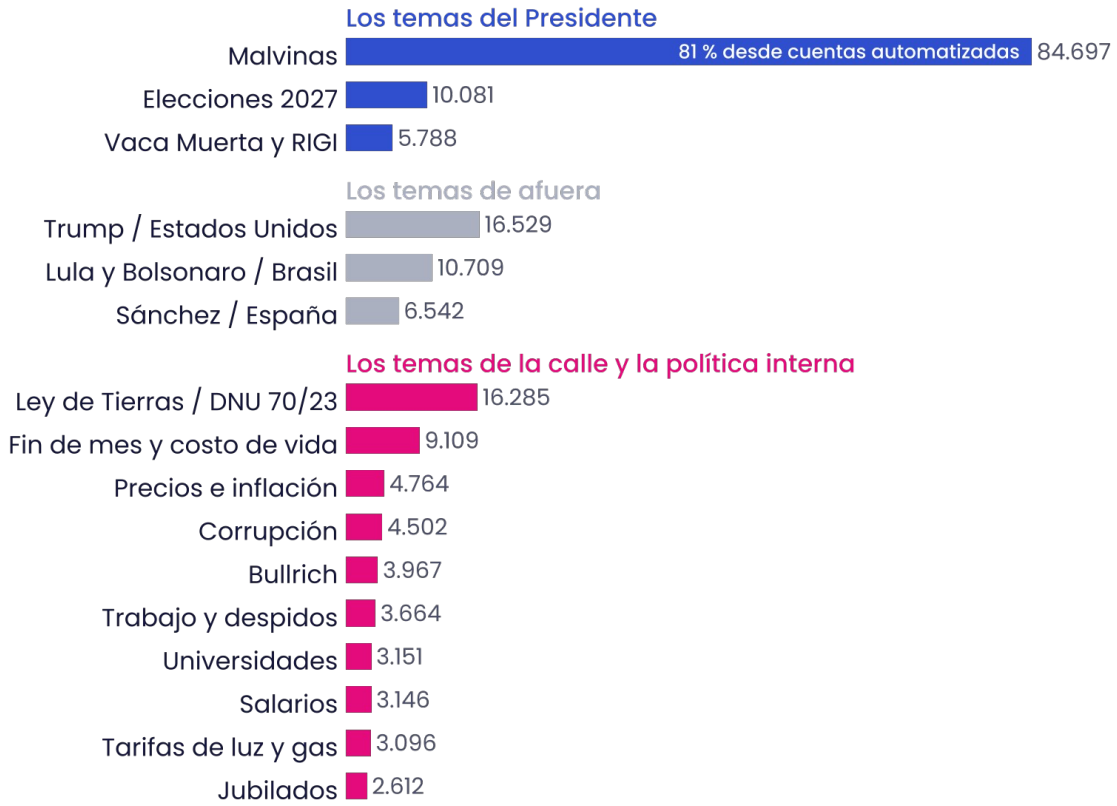
16.529 publicaciones

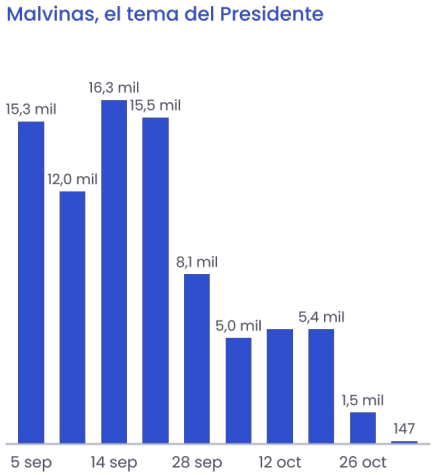
nombran a Milei y este tema

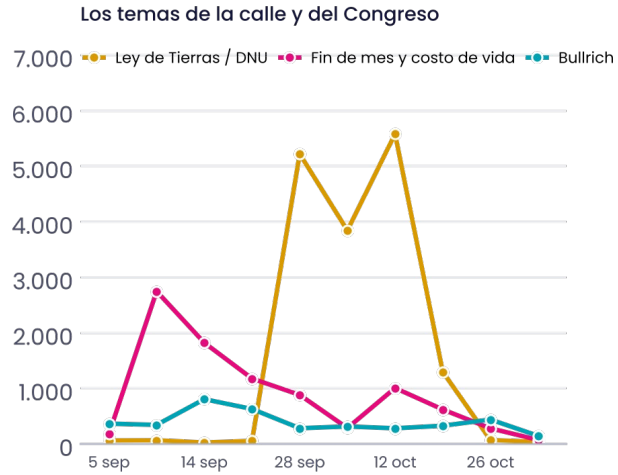
Hashtags asociados: #Trump (107), #ZurdosYOrgullosos (120, la respuesta de Sánchez), #Kast (141, por la visita a Chile y el Foro Madrid). Las menciones a Trump incluyen también la conversación sobre el apoyo financiero de Estados Unidos.

De qué habla la gente cuando habla de Milei

El tema más grande de los sesenta días es Malvinas, el que eligió él: 84.697 publicaciones, aunque el 81 % sale de cuentas automatizadas. Después vienen los temas que llegaron de la calle y del Congreso, que sumados pesan más que todo lo internacional. Entre los temas del bolsillo, el fin de mes es el primero. Una publicación puede tocar más de un tema.







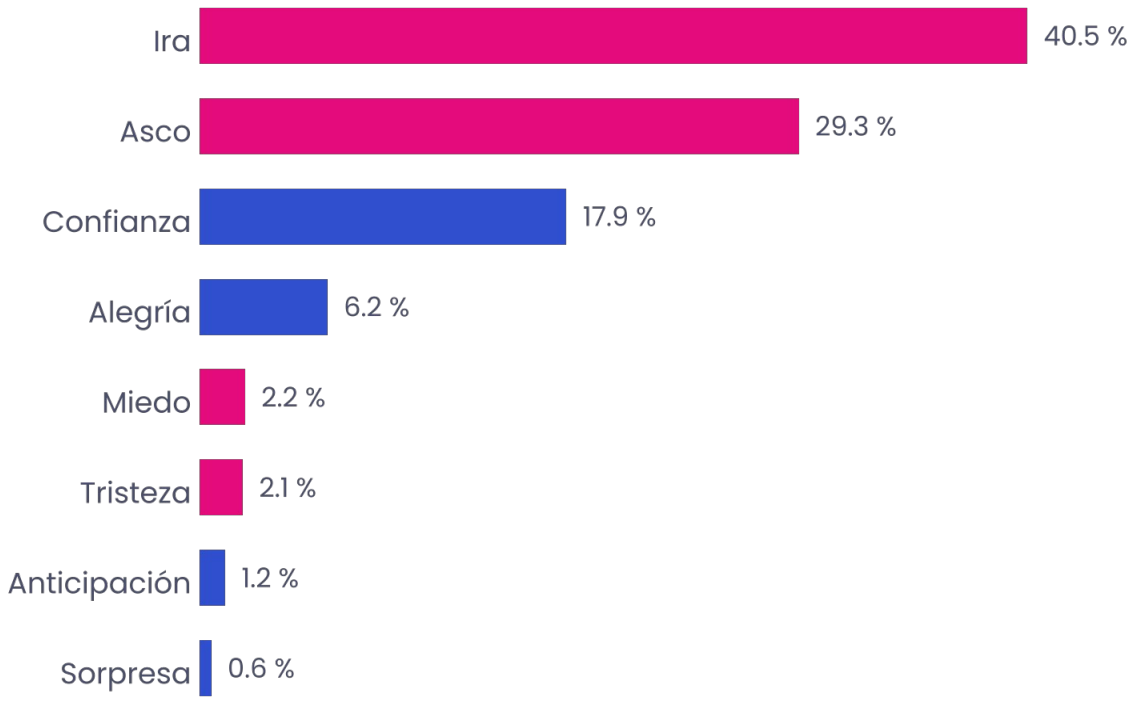
Semana a semana, Malvinas cae de 16.300 publicaciones a 147 entre septiembre y noviembre. La Ley de Tierras ocupa ese lugar entre fines de septiembre y mediados de octubre, el fin de mes tiene dos picos (la carne en septiembre, la frase de Neuquén en octubre) y Bullrich crece al final.

Cómo leer estos gráficos

A la izquierda, publicaciones que nombran a Milei y cada tema en los sesenta días, agrupadas según quién puso el tema. A la derecha, el recuento semanal de cuatro de esos temas.

Las emociones: ira, asco y un grupo que todavía confía

Sapiens clasifica parte de las publicaciones con la rueda de emociones de Plutchik, adaptada al español de la Argentina. De las 21.922 publicaciones clasificadas desde el 12 de octubre, el 40 % expresa ira y el 29 % asco: entre las dos, siete de cada diez. La tercera es la confianza, con 18 %, y es la emoción del grupo que sigue apoyando al Presidente. La alegría apenas llega al 6 %. Entre las cuentas reales el reparto es casi igual: 36 % ira, 33 % asco y 17 % confianza.



Ira

Enojo abierto con el Gobierno o con el Presidente: insultos, reclamos, bronca por el bolsillo.

Asco

Rechazo moral: corrupción, insultos presidenciales, «casta».

Confianza

Respaldo al rumbo: «vamos por el camino correcto», defensa del plan económico.

Alegría

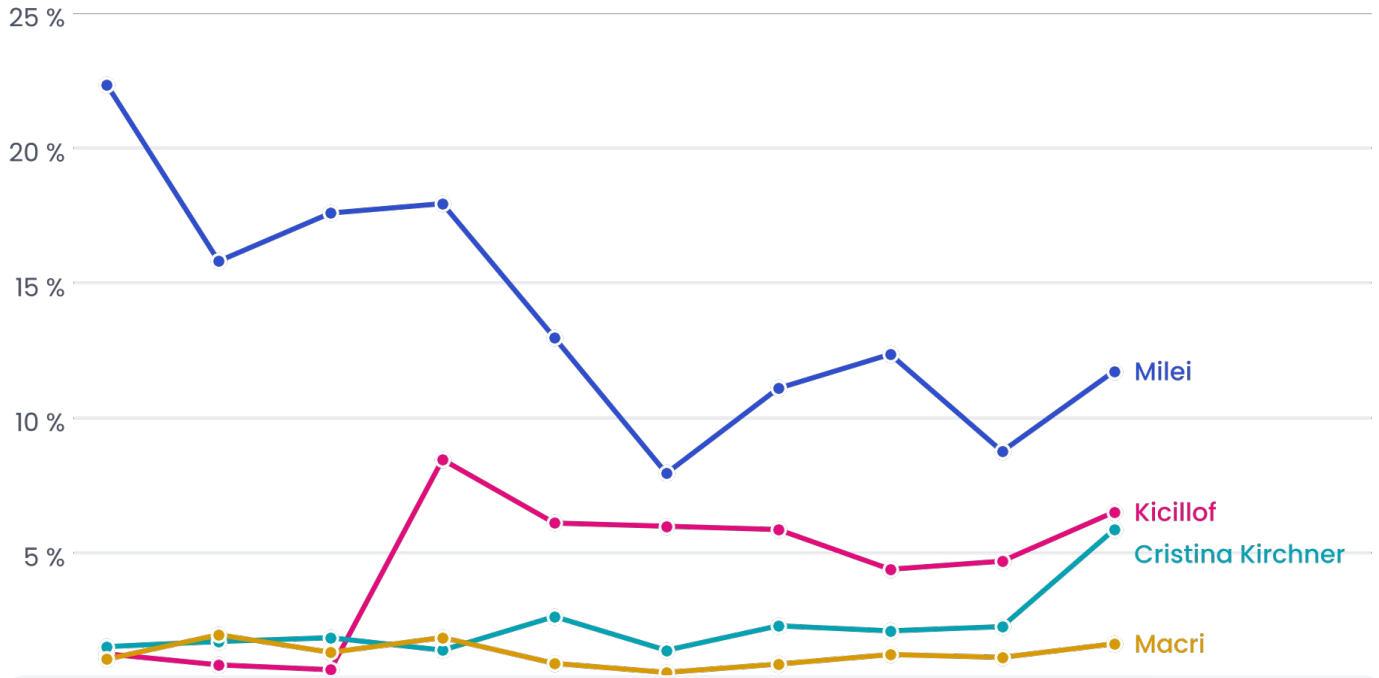
Festejo: datos de inflación, premios, resultados electorales de aliados.

Cómo leer

En rosa, las emociones que juegan en contra; en azul, las que juegan a favor. Las otras cuatro suman 6 %.

Quién ocupa el espacio que deja

El lugar que deja Milei no queda vacío. Mientras él baja del 22 % al 9 %–12 % de la conversación política, Kicillof pasa del 1 % a entre 4 % y 8 % desde su viaje a Nueva York (23 de septiembre) y queda como el segundo nombre del período. Cristina Kirchner crece a principios de noviembre (6,5 %) y Macri sigue entre 1 % y 2 %.



Cómo leer

Cada línea es la participación semanal del nombre en el total de publicaciones sobre política argentina. Las cuatro líneas se miden sobre la misma base.

Lo que miden las encuestas

AtlasIntel (2 al 7 de octubre) mide 38,5 % de aprobación y 57,2 % de desaprobación. Synopsis (septiembre): 34 % de imagen positiva y 55 % de negativa. CELAG (octubre): 60,7 % evalúa mal la gestión. Clarín revisó once encuestas (24 de octubre): el rechazo es alto, pero Milei sigue unos puntos arriba en intención de voto. No hay recuperación, pero tampoco derrumbe.

Lo que circula en la conversación

Una publicación muy compartida (8 de octubre) dice que Daniel Hadad ve a Massa como el mejor candidato para enfrentar a Milei. Una encuesta del 20 de octubre pone a Cristina arriba, 45,1 % contra 38,9 %. Una cuenta troll responde que Milei llegaría al 50 %, «13 puntos arriba de Kicillof». Las dos versiones circulan a la vez y ninguna se impone.

Quién defiende a Milei

La cuarta señal pregunta de dónde sale la defensa. En los sesenta días hay 42.126 publicaciones positivas sobre Milei. De las que Sapiens pudo clasificar por tipo de cuenta, 76 de cada 100 salen de bots, 8 de trolls y 15 de cuentas reales. Entre las cuentas reales, las que más publican a favor son medios: La Derecha Diario (136), Diario Liberal (58), Perfil (45), Clarín (43) y El Destape (41); son notas que informan una declaración favorable, no vecinos que salen a defenderlo. La defensa organizada está en la capa troll: 2.896 publicaciones positivas de 1.086 cuentas, casi todas de militancia libertaria; hasta la cuenta oficial del Presidente queda clasificada en esa capa por su comportamiento.

Las 35.110 publicaciones positivas clasificadas por tipo de cuenta



Bots 26.833 (76 %) · Trolls 2.892 (8 %) · Cuentas reales 5.385 (15 %)

Cuentas reales que publicaron a favor y en contra (una cuenta puede estar en las dos)



La gente que no milita existe, pero es poca: 2.884 cuentas reales publicaron algo a favor de Milei en dos meses y 9.602 publicaron algo en contra. Por cada cuenta real que lo defiende hay 3,3 que lo critican. Las que lo defienden lo hicieron 5.390 veces en 61 días: 88 publicaciones por día en toda la Argentina.

Por qué la llamamos defensa militante

Para Botmeter, una cuenta troll es una cuenta manejada por personas que publica con patrón de campaña: mucha frecuencia, los mismos textos, reposteos en cadena. Es la militancia organizada, de un lado y del otro. Cuando la defensa de un presidente sale sobre todo de esa capa, de los medios afines y de los bots, es defensa militante.

Lo que falta

La defensa espontánea, la de la gente que no milita. Es la que tiene un presidente con aura y la que casi no aparece en estos sesenta días: ni en X, ni en Instagram, ni en TikTok, donde las publicaciones positivas más vistas son las del propio Presidente y las de las cuentas oficialistas.

Entonces, ¿se le acabó el aura a Milei?

1 · Espacio que ocupa

Sí

En septiembre, 22 de cada 100 publicaciones sobre política argentina hablaban de Milei. En noviembre son entre 9 y 12. Cada vez se habla menos de él, y la conversación política pasa por otros nombres.

2 · Emoción

Sí, salvo el núcleo duro

El 65 % de las publicaciones de las cuentas analizadas sobre Milei tiene un tono negativo, y la emoción que más aparece es la ira. Aun así, el 18 % de las publicaciones expresa confianza: ese grupo no se achicó en dos meses.

3 · Agenda

Sí

En septiembre el tema era Malvinas, que lo puso él. Desde octubre se habla de la Ley de Tierras, del fin de mes, de la universidad y de Bullrich: temas que le pusieron otros.

4 · Defensa militante

Sí: lo defiende la militancia

De cada 100 publicaciones positivas, 76 salen de bots, 8 de trolls y 15 de cuentas reales; entre las reales, las que más lo defienden son medios afines. Por cada cuenta real que lo defiende hay más de tres que lo critican.

Los datos dicen que sí. Milei dejó de ser el centro de la conversación política: en septiembre aparecía en una de cada cuatro publicaciones y hoy en una de cada diez. Los temas ya no los elige él: se los ponen la calle, el Congreso y su propio espacio. Y cuando la gente real lo nombra, lo que más se lee es bronca. Lo que no perdió es el grupo que lo defiende: es chico, alrededor del 17 %, y es militante, pero no se achicó en dos meses. El cambio se dio entre fines de septiembre y mediados de octubre, cuando el fin de mes y la Ley de Tierras desplazaron a Malvinas y Kicillof empezó a ocupar el lugar que él dejaba. La lectura no cambia al salir de X: en Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, la prensa y la radio lo negativo también es mayoría, y la prensa que no es opositora se puso más dura en la segunda quincena de octubre.

Qué mirar en los próximos 30 días

- Si vuelve a pasar el 15 % de la conversación sin un viaje ni una cadena nacional.
- Si lo positivo entre las cuentas reales se mantiene arriba del 25 %.
- Si logra instalar un tema propio que dure más de tres días.
- Cómo termina la pelea con Bullrich.

Ficha técnica

Fuente	Sapiens, plataforma de escucha social de Reputación Digital, con extracción propia de datos. Espacio principal: política argentina. Control de representatividad: los 30 espacios de escucha de la Argentina (medios, periodistas, política de la Ciudad y de Córdoba, medios provinciales, radio y televisión).
Período	5 de septiembre al 4 de noviembre de 2026 (61 días). Se excluyeron las publicaciones en portugués, inglés, italiano, francés y alemán.
Corpus	2.364.535 publicaciones sobre política argentina; 326.638 nombran a Milei (96 % en X; el resto en Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Reddit, Threads y prensa). Sumando los 30 espacios: 588.172 publicaciones (una publicación de X puede repetirse entre espacios); fuera de X, 46.089: Instagram 24.175, Facebook 12.881, YouTube 4.456, TikTok 1.747, sitios de prensa 1.735, Reddit 757, radio y TV 231, Threads 106.
Capas	Botmeter de Sapiens, que clasifica las cuentas por comportamiento en bot, troll o cuenta real. Clasificadas: 285.871 publicaciones (bots 80,5 %, trolls 8,0 %, cuentas reales 11,5 %).
Alcance	Alcance (seguidores de la cuenta) y alcance estimado (cálculo de Sapiens del público potencial de cada publicación), disponibles para 140.261 publicaciones de X. Reacciones, visualizaciones y reposteos según lo que informa cada red.
Sentimiento y emociones	Negativo, neutro o positivo, asignado por modelos propios a 317.214 publicaciones. Emociones: rueda de Plutchik adaptada al español de la Argentina, sobre 21.922 publicaciones clasificadas entre el 12 de octubre y el 4 de noviembre (1.313 de cuentas reales).
Prensa, radio y TV	Notas de los sitios de Infobae, La Nación, Clarín, TN, Radio Mitre y Página/12 (1.735; el tono se calcula sobre título y copete); cuentas de medios en Instagram, Facebook y TikTok (19.257); transcripciones de Radio Rivadavia, Radio 10, TN y Telefe (231, concentradas entre el 5 y el 15 de septiembre).
Temas y participación	Temas: búsquedas por palabras clave dentro de las publicaciones que nombran a Milei; una publicación puede contar en más de un tema. Participación: publicaciones que nombran a Milei divididas por el total de publicaciones de política del mismo día o semana.
Hechos	Verificados en Clarín, La Nación, Perfil, Infobae, TN, El Cronista, El Economista, Canal 26, El Ancasti, Letra P, La Política Online, Parlamentario, Euronews, Chequeado, INDEC, TSE de Brasil y las consultoras citadas (Zentrix, Brain Network, CELAG, AtlasIntel, Synopsis).

Reputación Digital SAS · info@reputaciondigital.info · Escuchamos · Comprendemos · Transformamos