



Milei 2027: ¿y ahora qué va a pasar?

Lo que dice la conversación argentina un año antes de la elección presidencial

Escucha social de Reputación Digital · 1 de enero – 7 de septiembre de 2026 · 181.684 menciones · 67.110 autores

Informe para medios · 8 de septiembre de 2026

Escuchamos · Comprendemos · Transformamos

Cinco datos para titular

×2

La pregunta por 2027 se duplicó en agosto: 47.700 menciones contra 18.000 de promedio entre enero y julio. El año electoral empezó un año antes.

-43

es el humor de las personas cuando hablan de Milei, en una escala de -100 a +100. Negativo, pero sin épica de derrumbe: la frase "se cae" bajó de 14% de la conversación en enero a 4% en agosto.

61%

de las veces que la gente pregunta "¿quién le gana?", no nombra a nadie. Cuando nombra, es Kicillof (51% de las menciones con nombre).

71/100

de disonancia: el relato oficial no prende. "El sacrificio vale la pena" es la frase más rechazada del año (-70). Malvinas, la única que mejora el humor.

40-50%

de probabilidad para el escenario base: reelección de Milei en balotaje, por falta de alternativa más que por adhesión. El riesgo no es el derrumbe, es el desencanto.

La pregunta por 2027 se duplicó en agosto

Menciones por semana sobre Milei y 2027, enero–agosto



47.700

menciones en agosto, más del doble de cualquier otro mes

1.250

por día en agosto–septiembre (mediana: 579)

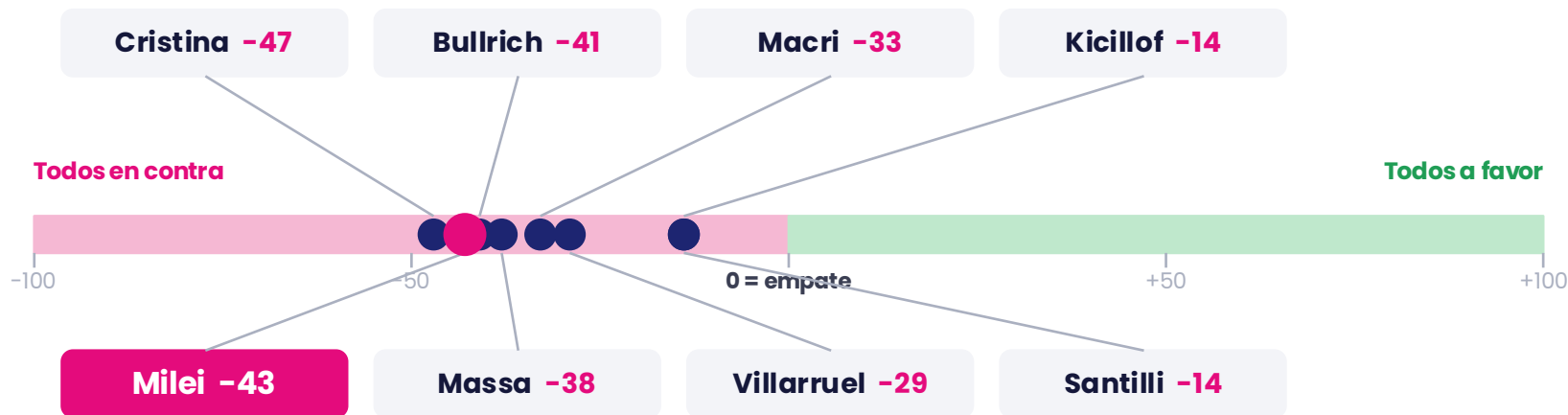


? Cómo leer este gráfico

La línea cuenta cuántos mensajes por semana hablan de Milei y de 2027. Junio, con el Mundial, fue el mínimo del año. Los puntos de la línea de tiempo marcan los hechos que se ven reflejados en la curva; los rosados son los que dispararon la escalada de agosto y septiembre.

El termómetro del humor: cómo medimos lo que siente la gente

Sentimiento neto de las personas (no bots) cuando nombran a cada dirigente, enero –septiembre de 2026



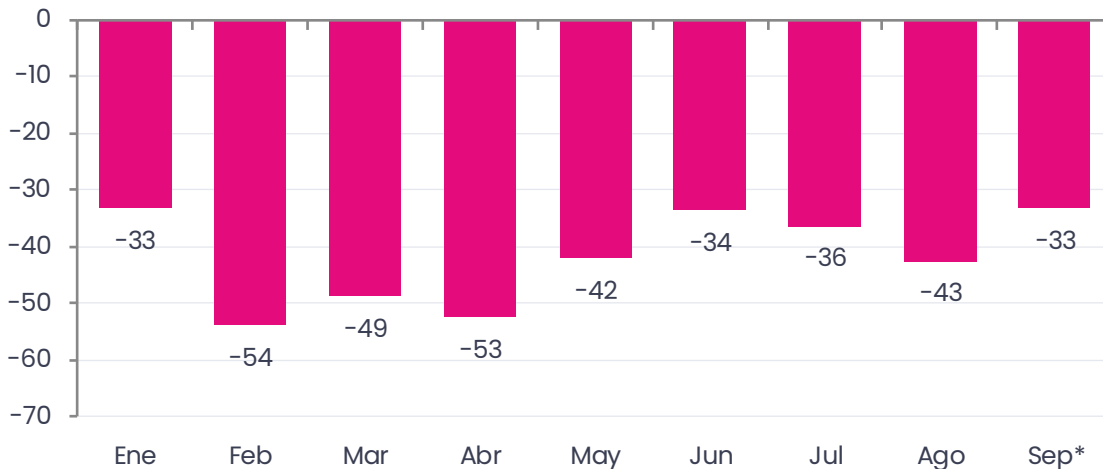
Todos los dirigentes están del lado "en contra". Lo que importa es la distancia al cero: Kicillof y Santilli son los menos castigados; Cristina, la más.

? Cómo leer este gráfico

El termómetro se llama ISN (sentimiento neto). Cada mensaje se clasifica como positivo, negativo o neutro, y se resta el porcentaje de negativos al de positivos. Va de -100 (todos en contra) a +100 (todos a favor); el cero es empate. Todos los números de este informe usan solo mensajes de personas: los bots y trolls (88% de X) se separan y se analizan en un informe aparte.

Cómo fue el año para Milei: peor en otoño, tregua en el Mundial, campaña en septiembre

Sentimiento neto de las personas cuando hablan de Milei, por mes



Tres momentos

Febrero-abril: el peor humor del año (-49 a -54). Escándalos (Adorni, Espert, Libra) y bolsillo ocupan la conversación.

Junio-julio: tregua. El Mundial baja el volumen y la salida de Adorni cierra el ciclo de desgaste (-34).

Agosto: Ley de Tierras lo devuelve a -43. Septiembre arranca en -33, el mejor dato desde enero, por Malvinas.

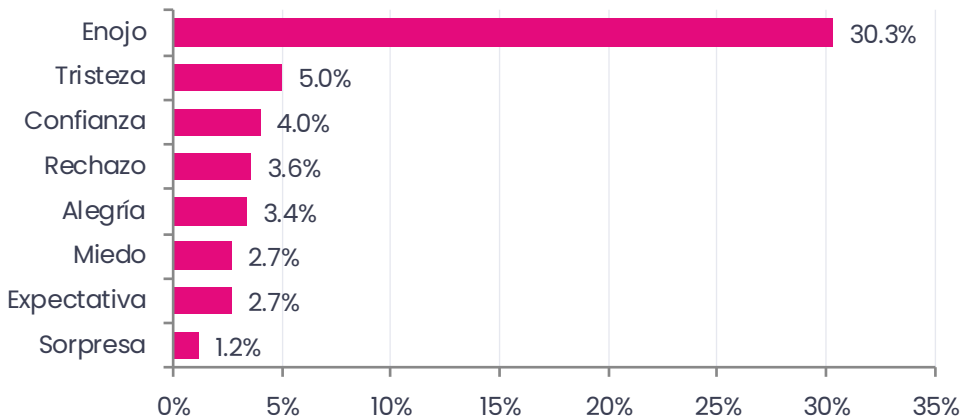
? Cómo leer este gráfico

Cada barra es el termómetro de un mes: cuanto más larga hacia abajo, más negativo el humor. El corredor del año va de -54 (febrero) a -33 (enero y septiembre): el humor se mueve, pero siempre en negativo. Septiembre (marcado con asterisco) tiene solo una semana de datos.

Regla práctica: una mejora de 9 o 10 puntos en un mes, como la de septiembre, este año duró tres o cuatro semanas y volvió al promedio.

Qué siente la gente: enojo, mucho más que miedo o esperanza

% de mensajes de personas con cada emoción (47% no expresa ninguna)

**30%**

enojo

2,7%

miedo

La lectura

No hay pánico, hay bronca. El enojo es más grande que todas las otras emociones juntas. La esperanza (expectativa más confianza) suma 6,7%: el relato del sacrificio no genera ilusión. Sobre Kicillof, la conversación humana casi no tiene emoción (72% ninguna): se lo analiza, todavía no se lo siente.

? Cómo leer este gráfico

Cada mensaje se clasifica en una de ocho emociones básicas (la rueda de Plutchik, adaptada al español rioplatense) o en "ninguna", que es lo que pasa con las noticias, las encuestas y los análisis. Las barras muestran qué porcentaje de los mensajes de personas cae en cada emoción. El enojo cayó de 56% en febrero a 37% en julio y volvió a 47% en agosto; septiembre arranca con la expectativa más alta desde enero (5,5%).

Seis frases resumen el debate; la gente rechaza cinco y hace una pregunta

¿Quién le gana?

21,5% del debate · **termómetro -38**

La pregunta del año. La usa uno de cada cuatro mensajes de personas.

El sacrificio vale la pena

6,9% del debate · **termómetro -70**

El eslogan del gobierno. Cuando la gente lo menciona, casi siempre es para negarlo.

No llega / se cae

6,8% del debate · **termómetro -89**

La épica del derrumbe. Cayó de 14% en enero a 4% en agosto.

Malvinas nos une

1,8% del debate · **termómetro -21**

La menos rechazada. Llegó al 19% de la conversación en septiembre.

El modelo sigue sin Milei

1,6% del debate · **termómetro -33**

Existe pero no crece: entre 1% y 2% todo el año.

No me representa nadie

0,7% del debate · **termómetro -82**

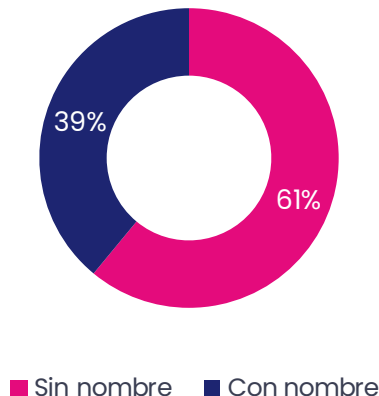
Se dice poco (0,7%) aunque el 52% de las personas rechaza a todos.

? Cómo leer este gráfico

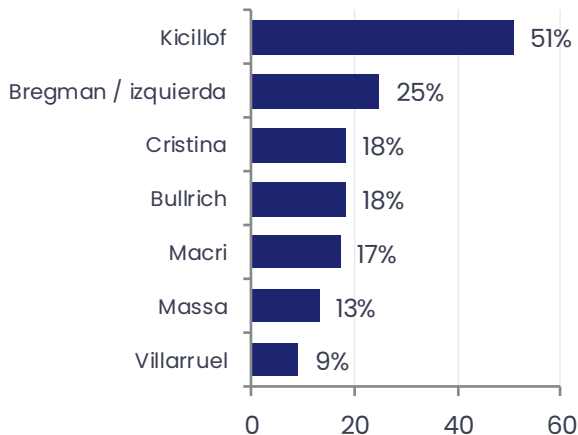
Cada tarjeta es una frase o idea que se repite en el debate sobre 2027, detectada por palabras clave. El primer número dice qué parte de toda la conversación la usa; el "termómetro" dice con qué humor la usan las personas (de -100 a +100). Un termómetro muy negativo en una frase del gobierno significa que la gente la cita para contradecirla. La única pregunta abierta es la primera: no tiene respuesta todavía, y eso es lo que ordena todo lo demás.

"¿Quién le gana?": seis de cada diez veces, nadie tiene nombre

5.235 mensajes de personas que preguntan
quién le gana a Milei



Cuando tiene nombre, ¿cuál? (% de esos
mensajes)



Lo que significa

La reelección se juega hoy contra nadie: la mayoría de la gente que se pregunta quién puede ganarle no tiene a quién nombrar.

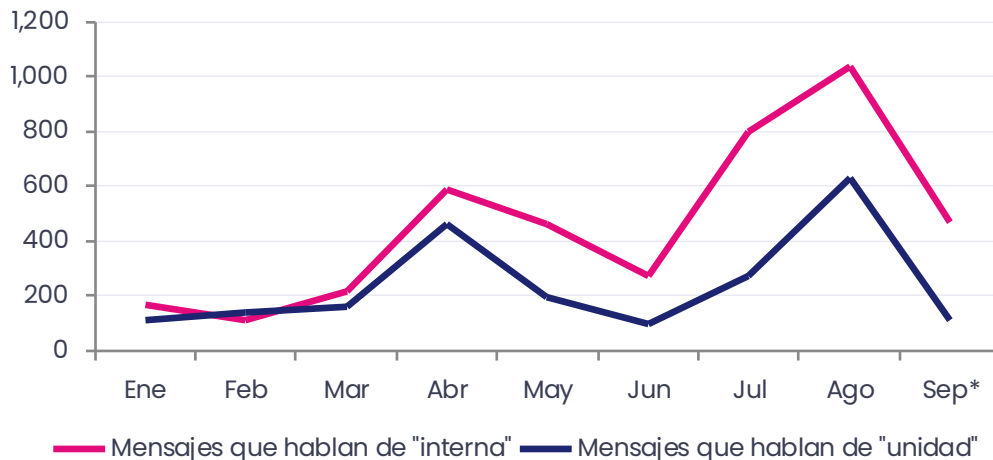
Kicillof es el nombre por defecto. Villarruel, la candidata de la ruptura, apenas aparece (9%).

? Cómo leer este gráfico

El círculo divide los mensajes de personas que se preguntan "quién le gana" según nombren o no a un dirigente. Las barras muestran, dentro de los que nombran, a quién (un mensaje puede nombrar a varios, por eso suman más de 100). "Bregman / izquierda" incluye las menciones genéricas a la izquierda. Este es el dato central del informe: mientras la pregunta no tenga nombre, el escenario base es la reelección.

El peronismo habla de "interna" el doble que de "unidad"

Menciones por mes en la conversación sobre el peronismo



2 a 1

interna sobre unidad
en el año

-14

termómetro de
Kicillof, el mejor del
tablero

Kicillof, el candidato frío

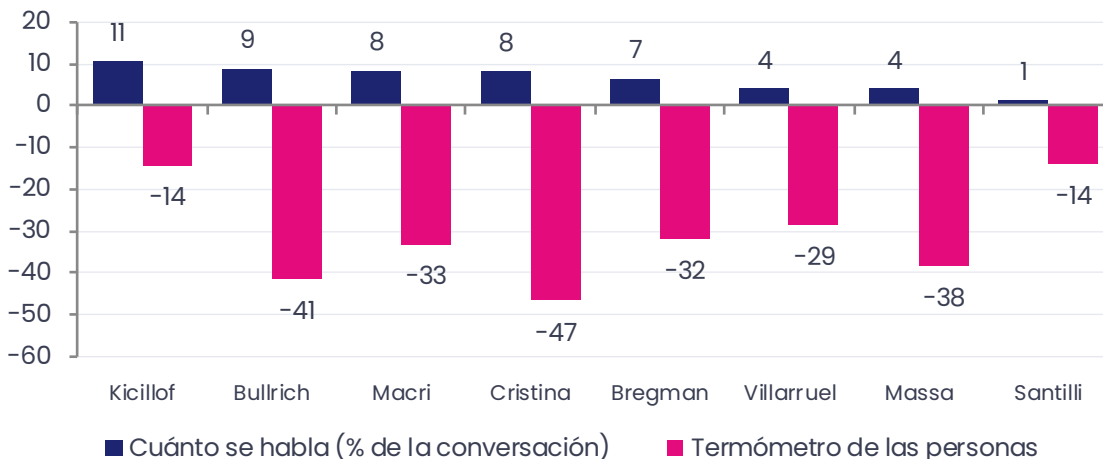
Es el nombre por defecto y el menos castigado, con semanas en positivo en enero y septiembre. Pero la conversación sobre él casi no tiene emoción: se lo analiza, no se lo milita ni se lo odia. Es su ventaja y su límite.

? Cómo leer este gráfico

Las dos líneas cuentan cuántos mensajes por mes usan la palabra "interna" y cuántos "unidad" cuando se habla del peronismo. La rosa siempre va arriba: la interna es el tema, no la unidad. Agosto fue el mes de mayor tensión (1.034 contra 632), con la candidatura de Cristina en debate. Señal a seguir: si "unidad" supera a "interna" dos meses seguidos, el escenario del peronismo unificado pasa a ser el principal.

Los presidenciables: cuánto se habla de cada uno y con qué humor

Presencia y sentimiento por presidenciable (Milei: aparece en el 77% y mide -43)



Cuatro perfiles

Kicillof: el más nombrado de la oposición (11%) y el menos castigado (-14).

Bullrich: mucha presencia (9%) y rechazo alto (-41); sube cada vez que se habla de la Ciudad.

Cristina: creció en julio-agosto por su candidatura (12%) con el peor humor (-47).

Villarruel: nunca pasa del 7%, con un humor mejor que el de Milei (-29).

? Cómo leer este gráfico

Cada dirigente tiene dos barras. La azul (hacia arriba) dice en qué porcentaje de toda la conversación aparece nombrado. La rosa (hacia abajo) es el termómetro de las personas cuando lo nombran. El candidato ideal tendría la azul alta y la rosa cerca del cero: hoy nadie cumple las dos. Santilli tiene la rosa mejor de todo el oficialismo (-14), pero casi no aparece (1%).

Seis motores mueven el humor: el bolsillo lo baja, Malvinas lo sube

Bolsillo

precios, sueldos, dólar, pobreza



Baja el humor · -0,25

Malvinas

soberanía, base naval, nacionalismo



Sube el humor · +0,39

Factor Villarruel

la ruptura de la vice



Baja el humor · -0,18

Unidad opositora

interna y unidad del peronismo



Casi no lo mueve · -0,09

Desgaste y escándalos

Adorni, Espert, Libra, coimas



Casi no lo mueve · +0,01

Trump y Brasil

el factor externo



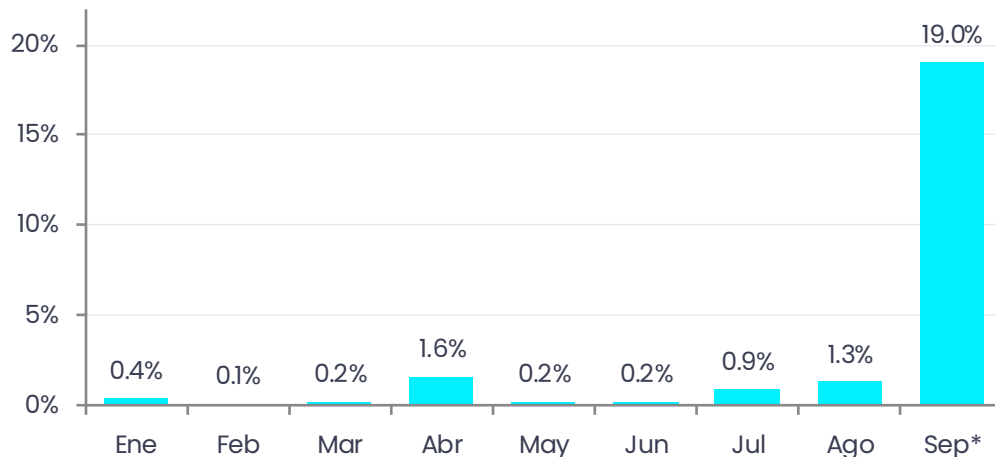
Casi no lo mueve · +0,03

? Cómo leer este gráfico

Cada tarjeta es un tema que compite por la conversación. El número mide si, en las semanas en que ese tema ocupa más espacio, el humor de las personas sobre Milei sube o baja (una correlación: +1 sería "siempre sube", -1 "siempre baja", 0 "no tiene relación"). Bolsillo (-0,25) es el que más lo baja: abril, el mes de más bolsillo, fue el de peor humor. Malvinas (+0,39) es el único que lo sube. Los escándalos mueven volumen, no humor: desaparecieron de la conversación (de 14% en abril a 1% en septiembre).

Malvinas funcionó: subió el humor nueve puntos en una semana. La pregunta es cuánto dura

% de la conversación sobre 2027 que menciona Malvinas, por mes

**19%**

de la conversación, 1ª
semana de septiembre

-21

termómetro: el menos
negativo del año

Lo que ya sabemos

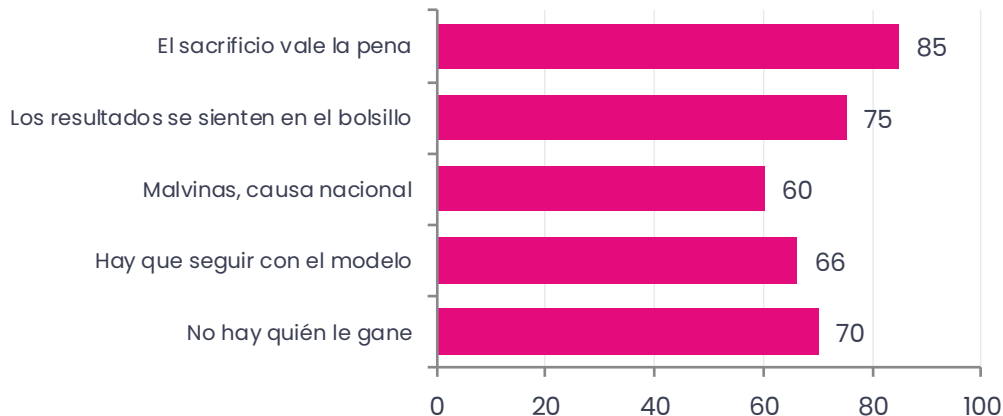
En abril Malvinas tocó 1,6% y al mes siguiente volvió a 0,2%. Cada mejora del humor este año duró tres o cuatro semanas. La predicción: en octubre Malvinas vuelve a menos de 3% y el gobierno necesita otro tema.

? Cómo leer este gráfico

Las barras muestran qué parte de todo lo que se dice sobre Milei 2027 menciona Malvinas. Casi nada todo el año y un salto al 19% en septiembre, con la cadena nacional y la tensión con Trump. Es el único tema del gobierno con más presencia entre personas que entre bots, y el que más mejora el humor cuando crece. Septiembre solo tiene una semana de datos: el número puede bajar rápido.

El relato oficial no prende: de cada 100 personas que hablan del sacrificio, 85 lo contradicen

Disonancia por frase del gobierno (0 = la gente la repite; 100 = la contradice)



71,4

disonancia promedio sobre 100. En julio, con el relato de la "grandeza", era 61: subió diez puntos en dos meses.

Cómo se lee

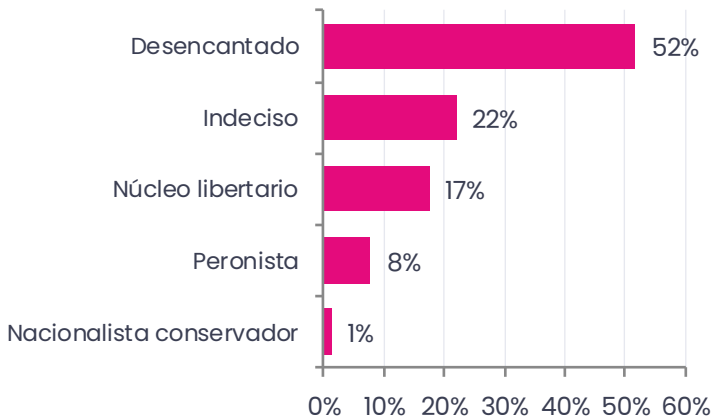
Un valor de 85 significa que de cada 100 personas que hablan de esa frase, 85 la contradicen y 15 la acompañan. Malvinas (60) es la única cerca del empate.

? Cómo leer este gráfico

Tomamos cinco ideas que el gobierno repite y medimos, entre las personas que hablan de cada una, cuántas la acompañan y cuántas la contradicen. El resultado es un índice de 0 a 100 (índice de Disonancia Narrativa): 50 sería empate. Todas las frases están por encima de 50, es decir, la gente discute el relato más de lo que lo repite. La más rota es la del sacrificio; la más entera, Malvinas.

Cinco tipos de argentinos en la conversación, y el más grande rechaza a todos

Cuánto pesa cada grupo entre las 7.057 personas identificadas en X



Desencantado (52%): Crítica a Milei sin defender al peronismo. El más enojado y el reservorio del "no me representa nadie".

Indeciso (22%): Sin bando claro. Rechaza a las alternativas más que a Milei.

Núcleo libertario (17%): Defiende al gobierno o ataca al kirchnerismo, pero habla de Milei sin entusiasmo (-2).

Peronista (8%): El único grupo con humor positivo hacia su candidato (Kicillof +24). Frío: 70% sin emoción.

Nacionalista conservador (1%): Villarruel y Malvinas en positivo. Existe en las encuestas más que en las redes.

? Cómo leer este gráfico

Agrupamos a las personas según cómo hablaron durante todo el año: a quién defienden, a quién atacan y qué frases usan. No es una encuesta ni una muestra de votantes: es un mapa de quiénes participan de la conversación en X. Lo que muestra es que el grupo más grande no pertenece a ningún bando y rechaza a todos los candidatos. Ese es el electorado que decide 2027 y todavía nadie le habla.

Cómo reacciona cada grupo "Gemelo Digital" a cada escenario – probabilidad predictiva

Escenario	Núcleo libertario	Desencantado	Indeciso	Peronista	Nacionalista
A. Reección de Milei en balotaje	-2,2	-74,1	-12,9	-16,3	-28,3
B. El modelo sigue sin Milei (Bullrich / Santilli)	-18	-64,9	-42,6	-0,9	-12,3
C. Peronismo unificado detrás de Kicillof	-7,9	-52,7	-43	24,4	-3,4
D. Tercer polo (Villarruel, gobernadores)	-15,5	-59,1	-41	2	10,9

Verde: el grupo acompaña. Rosa: lo rechaza. Cuanto más intenso el color, más fuerte la reacción.

Los indecisos rechazan menos a Milei (-13) que a cualquier alternativa (-41 a -43). Ahí se explica la reelección por descarte.

? Cómo leer este gráfico

Cada celda es el termómetro (-100 a +100) con que cada grupo habla de los protagonistas de cada escenario: Milei; Bullrich y Santilli; Kicillof; Villarruel y los gobernadores. Es una simulación con lo que cada grupo ya dijo, no una intención de voto.

Cuatro escenarios para 2027 y su probabilidad estimada

A 40–50%

Milei reelecto en balotaje

Entra a la segunda vuelta con 30–35% y gana por rechazo a la alternativa. Es el escenario base.

C 25–35%

Gana el peronismo con Kicillof

El PJ ordena la interna, Cristina apoya sin ser candidata y el bolsillo hace el resto.

B 10–15%

El modelo sigue sin Milei

Salud, Justicia o una decisión política sacan a Milei de la fórmula; Bullrich o Santilli heredan el rumbo.

D 8–15%

Un tercero rompe la polarización

Villarruel–Pichetto o los gobernadores se acercan al 20% y el balotaje queda abierto.

? Cómo leer este gráfico

Un rango como "40–50%" no es una encuesta: es la probabilidad que le asignamos hoy a que ese escenario ocurra, partiendo de las encuestas públicas de agosto (Milei 28–34% de intención de voto, techo 37–40%, balotaje parejo con Kicillof, 54% que prefiere un cambio) y corrigiéndolas con lo que muestra esta escucha: el humor sobre Milei, cuánto pesa "se cae", si "¿quién le gana?" tiene nombre, si el peronismo habla de unidad o de interna, cuánto crece Villarruel y hacia dónde disparan los bots. Los cuatro puntos medios suman 100.

Qué tiene que pasar para que ocurra cada escenario, y qué muestra hoy la conversación

Escenario	Qué tiene que pasar	Lo que ya se ve	Lo que falta
A · Milei reelecto (40–50%)	Inflación bajo 2% y dólar en la banda hasta octubre de 2027; oposición dividida o con un candidato de alto rechazo.	"Se cae" bajó de 14% a 4%; 61% de "¿quién le gana?" sin nombre; los indecisos rechazan más a las alternativas.	Entusiasmo: humor -43, el sacrificio rechazado con -70. Un shock de bolsillo lo pone en riesgo.
C · Peronismo con Kicillof (25–35%)	El PJ ordena la interna antes de marzo; Cristina apoya sin ser candidata; el bolsillo se impone como tema.	Kicillof es el nombre por defecto (51%) y el menos castigado (-14).	"Unidad" perdiendo 2 a 1 contra "interna"; Cristina (-47) y Massa (-38) cargan el rechazo.
B · Sin Milei (10–15%)	Un hecho de salud, judicial o político saca a Milei de la fórmula.	Santilli con el mejor humor del gobierno (-14); la sucesión aparece como tema.	La frase "sin Milei" pesa 1,6% y no crece; los indecisos la rechazan (-43).
D · Tercer polo (8–15%)	Villarruel-Pichetto o los gobernadores consolidan un tercio del voto no K y no libertario.	61% de las menciones de Villarruel ya son en clave candidatura, con humor -21.	Su comunidad es el 1% de las personas; nunca pasa del 7% de la conversación.

? Cómo leer este gráfico

Segunda columna: condiciones del mundo real. Tercera: señales que esta escucha ya muestra a favor. Cuarta: lo que todavía juega en contra. Cuando la cuarta columna se vacía, el escenario sube de probabilidad.

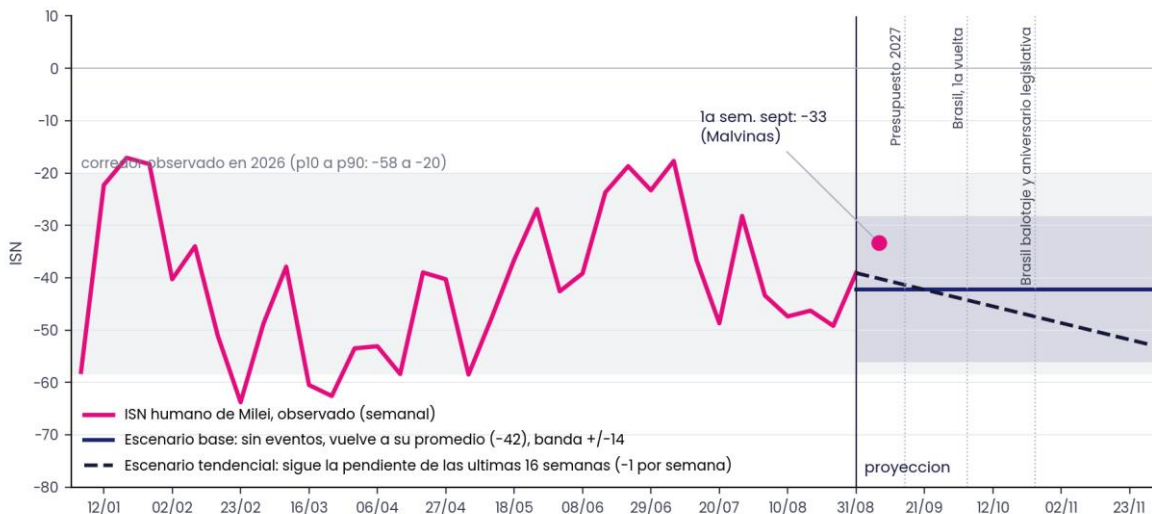
Los próximos 90 días: qué va a mover la conversación



? Cómo leer este gráfico

La línea de tiempo lista los hechos ya agendados y estima su efecto con lo que este año enseñó: qué multiplicó el volumen cada tipo de evento y qué le hizo al humor. En números: sin eventos, septiembre–noviembre debería promediar 8 a 12 mil menciones por semana, con semanas de 15 a 20 mil alrededor del Presupuesto, Brasil y el aniversario. Los bots oficialistas se mantienen por encima del 65% mientras dure la campaña anticipada. Si un mes bajan de 55%, esta predicción deja de valer.

El humor sobre Milei se mueve entre -35 y -50 hasta fin de octubre



Dos caminos

Base (línea llena): sin eventos, el humor vuelve a su promedio de -42, con una banda de ± 14 . Es lo que pasó todo el año: cada mejora duró tres o cuatro semanas.

Tendencial (punteada): si sigue la caída de las últimas 16 semanas (un punto por semana), llega a -50 a fines de octubre y a -57 en diciembre.

Septiembre arrancó en -33 por Malvinas. La predicción es que no se sostiene más allá de la primera quincena de octubre.

¿ Cómo leer este gráfico

La línea rosa es el termómetro semanal de las personas sobre Milei desde enero. La zona gris es el corredor donde estuvo el 80% de las semanas del año (entre -58 y -20). A la derecha de la línea vertical empieza la proyección: la banda azul es el rango esperado. Para auditar en diciembre: si el promedio de octubre queda entre -35 y -50, la predicción se cumplió; por encima de -35, ganó el efecto Malvinas-Brasil; por debajo de -50, ganó el bolsillo.

El semáforo: ocho señales para saber, cada mes, qué escenario va ganando

Señal	Hoy	Rojo: cambia el escenario base	Verde: lo consolida
1. Humor de las personas sobre Milei	-39 semanal · -33 en sept.	Peor que -50 tres semanas seguidas	Mejor que -30 tres semanas seguidas
2. La frase "se cae / cambio total"	4% de la conversación	Más de 8% (enero fue 14%)	Menos de 5%
3. "¿Quién le gana?" con nombre	39%	Más de 50%: apareció la alternativa	Menos de 35%: la vacante sigue
4. Kicillof: presencia y humor	10,5% · -14	Más de 15% y humor positivo, dos meses	Humor peor que -25
5. Peronismo: "unidad" contra "interna"	interna duplica a unidad	"Unidad" supera a "interna" dos meses	"Interna" sigue duplicando
6. Villarruel como candidata	1.226 menciones en agosto	Más de 1.200 al mes y humor mejor que -15	Menos de 500 al mes
7. El bolsillo en la conversación	8,3%	Más de 10% (abril: 10,2%, humor -52)	Menos de 6%
8. Bots a favor del gobierno	71% en septiembre	Menos de 55%: gana la red opositora	Más de 75%: campaña oficialista total

? Cómo leer este gráfico

Cada fila se mide todos los meses con la misma escucha. Color en la columna "Hoy": verde consolida el escenario base, amarillo pide atención, rojo lo cambia. Hoy: cinco verdes, tres amarillos, ningún rojo; dos rojos a la vez cambian el escenario.

Cómo se hizo este informe

El corpus

181.684 menciones únicas del 1 de enero al 7 de septiembre de 2026 que combinan un actor (Milei, el gobierno o un presidenciable) con una proyección hacia 2027 (reelección, balotaje, candidaturas, encuestas o la pregunta "qué va a pasar").

114.042 textos distintos, 67.110 autores. X 88%, Facebook 4%, streaming 3%, Instagram 2%.

Plataforma Sapiens de Reputación Digital, sobre 35 millones de registros de escucha en Argentina.

Las herramientas

Termómetro (ISN): cada mensaje se clasifica como positivo, negativo o neutro; el índice resta negativos a positivos (-100 a +100).

Emociones: rueda de Plutchik adaptada, ocho emociones más "ninguna".

Frases (narrativas) y motores: palabras clave en el texto.

Bots: botmeter de Sapiens, solo X. Todo lo que dice "personas" excluye bots y trolls.

Lo que hay que saber para citar bien

La escucha social no predice votos: predice conversación, humor y momentum. Por eso los escenarios llevan probabilidad en rango y se contrastan con encuestas públicas.

X es la arena donde se pelea la política, no una muestra de la población. Facebook e Instagram muestran un humor 20 a 30 puntos más templado.

Parte de las etiquetas (bots de enero-abril, emociones de mayo-septiembre, 21% del sentimiento) fueron completadas con modelos entrenados sobre las etiquetas de Sapiens, validados sobre datos no vistos (sentimiento 90% de acierto, bots 83%, emociones 65%).

Contacto: info@reputaciondigital.info

Whatsapp: +54 9 11 6883 0003



Escuchamos · Comprendemos · Transformamos

Inteligencia política y escucha social con inteligencia artificial para gobiernos, campañas, empresas y medios en Argentina, Latinoamérica y Estados Unidos.

Qué hacemos

Monitoreo de conversación digital y analógica, detección de bots y trolls, análisis de sentimiento y emociones, narrativas, escenarios y predicciones.

Cómo lo hacemos

Plataforma propia Sapiens sobre infraestructura de IA propia, metodologías documentadas y sistema de gestión certificado IRAM-ISO 9001:2015.

Contacto

info@reputaciondigital.info
Whatsapp: +54 9 11 6883 0003

Reputación Digital SAS
Buenos Aires, Argentina