

Nota de investigación

El escándalo \$LIBRA y la opinión pública argentina

| *The \$LIBRA scandal and Argentine public opinion*



Marina Acosta
Instituto de Estudios de América
Latina y el Caribe (Facultad de Ciencias
Sociales, Universidad de Buenos Aires)
Directora de Comunicación de Analogías.
Consultora.
macosta@sociales.uba.ar
ORCID: 0000-0002-8270-4372

Cómo citar el artículo

Acosta, Marina (2026): «El escándalo \$LIBRA y la opinión pública argentina». *Revista Más Poder Local*, 63: 108-120. DOI: 10.56151/maspoderlocal.315

Resumen

Esta nota de investigación analiza las percepciones ciudadanas frente al escándalo político derivado de la recomendación presidencial de la criptomoneda \$LIBRA en febrero de 2025. Tras una fuerte promoción en redes sociales por parte del presidente Javier Milei, el activo perdió su valor, generando acusaciones de corrupción y cuestionamientos éticos. A través de una encuesta de alcance nacional se examinaron los niveles de información, la atribución de responsabilidad y la valoración moral del hecho. Los resultados muestran que el 86,5% de los encuestados conocía el suceso y el 61% lo calificó como un acto de corrupción. Asimismo, el 55% responsabilizó directamente al Presidente y su entorno, mientras que el 78% valoró negativamente su comportamiento. Los hallazgos sugieren que la gravedad percibida del fraude y la atribución de responsabilidad institucional trascienden el posicionamiento político de los ciudadanos, asociándose con una evaluación negativa de la integridad moral del liderazgo. Estos efectos se plantean como conjeturas teóricas sobre el deterioro reputacional y la deslegitimación política, sustentadas en la literatura previa y en la evidencia descriptiva obtenida, sin pretender establecer inferencias causales definitivas.

Palabras clave

Escándalo político; corrupción; opinión pública; \$LIBRA.

Abstract

This research note analyzes citizen perceptions of the political scandal triggered by the presidential endorsement of the cryptocurrency \$LIBRA in February 2025. Following intense social media promotion by President Javier Milei, the asset lost its value, leading to accusations of corruption and ethical scrutiny. Through a national survey, levels of public awareness, attribution of responsibility, and moral evaluations of the event were examined. The results indicate that 86.5% of respondents were aware of the incident, and 61% categorized it as an act of corruption. Furthermore, 55% held the President and his inner circle directly responsible, while 78% evaluated his conduct negatively. The findings suggest that the perceived severity of the fraud and the attribution of institutional responsibility transcend citizens' political leanings, being associated with a negative assessment of the leadership's ethical integrity. These effects are presented as theoretical conjectures regarding reputational damage and political delegitimation, supported by existing literature and descriptive empirical evidence, without claiming to establish definitive causal inferences.

Keywords

Political scandal; Corruption; Public opinion; \$LIBRA.

1. Introducción

El viernes 14 de febrero de 2025, el presidente argentino Javier Milei recomendó a través de su cuenta personal (@JMilei) de la red social X (Twitter), con 3,8 millones de seguidores, una criptomoneda llamada «\$LIBRA. Según el tuit, la misma se había creado para incentivar el financiamiento de la economía nacional y el fondeo para pequeñas empresas y emprendimientos domésticos. La publicidad del mandatario atrajo cerca de 40.000 inversores; mientras cuentas relacionadas con el partido de Milei redifundían su mensaje, pocas horas después la moneda digital perdió el 89% de su valor.

El mandatario borró su tuit y luego sostuvo que se había tratado de un «error involuntario». En Argentina, la *Ley de Ética en el Ejercicio de la Función Pública* (Ley 25.188), en el artículo 2 inciso g, establece que el funcionario público debe «abstenerse de usar las instalaciones y servicios del Estado para su beneficio particular o para el de sus familiares, allegados o personas ajenas a la función oficial, a fin de avalar o promover algún producto, servicio o empresa».

Para los expertos, se trató técnicamente de un claro caso de *rug pulling*¹. Con todo, el involucramiento del Presidente argentino en la estafa produjo una enorme repercusión en el sistema político y en la ciudadanía.

Este trabajo se inscribe en la literatura sobre escándalos políticos, mediaticización y opinión pública y se presenta como una nota de investigación basada en un módulo específico dentro de una encuesta de opinión más amplia.

En nuestra consultora realizamos mensualmente estudios de opinión pública donde relevamos ciertos temas de la coyuntura, la imagen del mandatario y la aprobación de su gestión. Ese mes (febrero) estimamos fundamental conocer también las percepciones ciudadanas sobre lo que rápidamente se convirtió en un escándalo político (Thompson, 2003). Quisimos estudiar el impacto de un hecho relacionado con la corrupción entendiendo que ésta deteriora la confianza de la ciudadanía en las instituciones en general y en los funcionarios públicos en particular (Rose-Ackerman, 1999; Rothstein y Teorell, 2008; Villarreal y Seligson, 2004).

El estudio de los escándalos políticos se ha convertido en uno de los temas centrales para comprender cómo se deteriora la legitimidad de los sistemas políticos al erosionar la confianza de la ciudadanía en el entramado institucional. Un escándalo político desencadena procesos de percepción ciudadana donde la corrupción no solo se evalúa moralmente sino que produce efectos directos sobre la opinión pública acerca del funcionamiento del régimen político (Castorena *et al.*, 2023).

En efecto, el hecho adquirió algunas de las características que lo definieron como tal. Esto es, hubo una violación a una norma legal o institucional y, en ese sentido, reprochable; los medios de comunicación tradicionales y

1. BBC.com (2025).

digitales le dieron gran divulgación, la revelación produjo una condena social; una dinámica escandalosa en tanto diversos actores participaron de su tematización y la activación de narrativas (Bobbio *et al.*, 2000; Thompson, 2000; McNair, 2007).

Para analizar las percepciones ciudadanas sobre el escándalo, se utilizó un enfoque cuantitativo (Gunter, 2014; Hernández Sampieri *et al.*, 2014). La recolección de datos se realizó a través de una encuesta estructurada aplicada a una muestra representativa, método apropiado para obtener información sistemática y rápida de una amplia población (Cea D'Ancona, 2001). Aunque los resultados ofrecen sólo aproximaciones nos permiten caracterizar, no obstante, la opinión pública en relación con el nivel de información, el involucramiento presidencial y las valoraciones morales respecto al escándalo \$LIBRA.

2. Contexto

Se ha explicado ya la confluencia de los múltiples factores que coadyuvieron al triunfo de la Libertad Avanza en las elecciones presidenciales de 2023: una aguda crisis económica, una persistente crisis de representación con ausencia de liderazgos en los espacios políticos tradicionales, el ascenso de la extrema derecha a nivel global y el acertado uso de las plataformas digitales para canalizar los novedosos tipos de comunicación combinados con narrativas disruptivas y funcionales al contexto social (Acosta, 2024; Avritzer *et al.*, 2023; Delfino y Lodi, 2024; Iglesias *et al.*, 2024; Ramírez y Vommaro, 2024).

Nuestros estudios de 2023 advertían que la sociedad argentina presentaba demandas crecientes al gobierno del Frente de Todos (2019-2024) a quien se criticaba principalmente de no poder resolver el flagelo del alto índice inflacionario y el deterioro del poder adquisitivo de los salarios. El ministro de Economía, Sergio Massa, candidato por el oficialismo se convertía en el principal blanco de esas críticas. La agenda de la campaña electoral estuvo dominada, así, por la situación económica (Ferre, 2025; Soto y Barbis, 2024; Tagina, 2024).

Durante su primer año de gestión, Milei ha logrado estabilizar relativamente la economía y los tipos de cambios. Naturalmente, eso es lo que le ha permitido cosechar apoyo social que no es mayoritario porque el brutal programa de ajuste que instrumentó desde su llegada al Ejecutivo ha producido severas consecuencias en la vida cotidiana. Durante su primer año de gestión se ha registrado, por cierto, una alta y lógica conflictividad social.

Como lo había hecho durante la campaña (Annunziata *et al.*, 2024; Ariza *et al.*, 2023; Martins, 2023), desde su llegada al poder, Milei continuó haciendo uso de las redes sociales (Pérez-Díaz y Arroyas, 2025). Un estudio de la consultora Ad Hoc reveló un par de datos interesantes sobre la interacción del Presidente argentino en redes sociales: a) se trata del perfil político más provocador; b) es el usuario no *troll* que más insultos y agresiones realizó en los

últimos dos años². En otro informe, la consultora también consignó que el escándalo \$LIBRA rompió con la tendencia de estabilidad en la conversación sobre Milei (y su control de agenda) y marcó un pico de conversación mensual de 13 millones de menciones. Además, de que el evento le aportó un alto nivel de negatividad³.

3. Marco conceptual

3.1. Escándalo político

La política parece no poder diferenciarse del estilo comunicacional imperante: la mediatización general (Verón, 1997). La personalización de la política ha provocado además la creciente visibilización de los dirigentes en la esfera pública (Manin, 1997). El fenómeno de los escándalos políticos se asocia a ello reconfigurando las porosas fronteras entre lo público y lo privado (Thompson, 2000; Castells, 2009). En este marco, la ciudadanía no se comporta como un receptor pasivo de información sino como un actor evaluador que procesa este tipo de acontecimientos en función de marcos normativos.

El escándalo político constituye la acción o las acciones de quienes ocupan cargos públicos y que violan normas sociales. Tal acción se hace pública mediante los medios de comunicación y suscita una condena o reacción pública de indignación (Thompson, 2000; Esser y Hartung, 2004; Canel y Sanders, 2006; Entman, 2012). Además, como se infringen normas morales socavan la legitimidad de los actores políticos (Markovits y Silverstein, 1988).

Investigaciones recientes han mostrado que cuando se revelan casos de corrupción, la ciudadanía tiende a incrementar sus niveles de desconfianza institucional con un fuerte impacto en la legitimidad de los funcionarios públicos y del sistema en general (Morris y Blake, 2023; Poertner y Zhang, 2024).

4. Metodología

4.1. Hipótesis y objetivos

Las hipótesis (H) de trabajo son:

- H1: el alto nivel de conocimiento y penetración informativa del escándalo se asocia de manera positiva con la calificación del evento como un acto de corrupción;

2. ADHOC (2025a).

3. ADHOC (2025b).

- H2: la calificación del escándalo como un acto de corrupción y la atribución de responsabilidad al Presidente trascienden el posicionamiento político (oficialistas/opositores);
- H3: la atribución de responsabilidad directa al Presidente y su entorno en el hecho se vincula con una evaluación predominantemente negativa de su comportamiento.

El objetivo general de la investigación es analizar las percepciones de la ciudadanía respecto del escándalo \$LIBRA. Los objetivos específicos son: 1) determinar el nivel de información y conocimiento de la ciudadanía; 2) identificar las opiniones respecto al involucramiento del Presidente; 3) describir los posicionamientos de los segmentos de opinión política.

De esos objetivos se desprenden las siguientes preguntas de investigación (PI): PI1: ¿Cuál es el nivel de conocimiento ciudadano sobre el escándalo \$LIBRA?; PI2: ¿Cómo se distribuye la atribución de responsabilidad presidencial?; PI3: ¿Existen diferencias descriptivas por segmento de opinión política en la evaluación moral del accionar presidencial?

4.2. Diseño de la investigación

Para cumplir los objetivos y responder las PI realizamos una investigación a partir de una aproximación cuantitativa. Este tipo de investigaciones se basan en un enfoque hipotético-deductivo que permite estructurar hipótesis sobre las asociaciones que se pueden establecer entre las variables (Gunter, 2014). El enfoque cuantitativo se define como un conjunto de procesos secuenciales y probatorios que permiten estudiar variables en una población. Este método utiliza la recolección de datos para contrastar hipótesis mediante la medición numérica y el análisis estadístico (Hernández Sampieri *et al.*, 2014). La virtud de esta metodología es que plantea una serie de pasos que permiten estudiar un fenómeno de manera estandarizada por lo que se acota la interferencia de los sesgos del investigador (Hueso y Cascant, 2012).

El estudio adopta un diseño transversal y descriptivo-comparativo, adecuado para medir las percepciones ciudadanas en un momento específico de tiempo (Hernández Sampieri *et al.*, 2014). Valga aclarar que los resultados obtenidos deben interpretarse como evidencia descriptiva que puede ayudar a la formulación de hipótesis teóricas y a orientar futuras investigaciones de carácter longitudinal o explicativo (Cea D'Ancona, 2001).

Hemos utilizado como técnica de recolección de datos a la encuesta. Se trata de la estrategia de investigación más adecuada cuando se necesita información de un gran número de personas localizadas en una amplia área geográfica en un breve periodo de tiempo. Además, a través de la interrogación de los sujetos busca obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (López-Roldán y Fachelli, 2015). La recogida de los datos se realiza a través de un cuestionario que se aplica a una muestra estadísticamente representativa. Hay que destacar, no obstante, que al tratarse de estudios que están basados en probabilidades, los resultados que se obtienen a través de

encuestas son aproximaciones y no certezas; esto es, no pueden comprobar directamente las relaciones causa-efecto (Archenti, 2007).

Hemos diseñado una encuesta con cuestionario estructurado. El cuestionario contuvo 35 preguntas de las cuales 6 correspondieron al tema \$LIBRA; esto delimita el alcance analítico del trabajo como una nota de investigación. Nuestro interés estuvo centrado en los siguientes tópicos: el nivel de información de la opinión pública sobre el tema, el involucramiento del Presidente en el escándalo y las evaluaciones morales sobre el accionar del mandatario.

La ficha técnica de la encuesta tuvo estos datos: a) Cantidad de casos: 2.733 casos efectivos; b) forma de relevamiento: entrevistas telefónicas, formato IVR Móvil y Fijo; c) fecha de muestra: 25 al 28 de febrero de 2025; d) ámbito geográfico: 24 provincias de la Argentina; e) muestra compuesta en base a parámetros censales de sexo, edad y nivel educativo; f) error muestral: +/- 2,0 % en un nivel de confianza del 95%.

Figura 1. Diseño de la muestra.

Género	Masculino	48,2	Región	CABA	8,0
	Femenino	51,8		CENTRO	19,5
Edad	16-29	30,4	Zona1 (7 zonas)	CUYO	7,4
	30-44	29,0		NEA	8,9
	45-59	21,6		NOA	11,4
	60-74	18,9		PATAGONIA	6,0
Nivel educativo	Sin estudios o primario completo	25,5		PBA	38,8
	Secundario incompleto	21,1		CABA	8,0
	Secundario completo	21,4		Conurbano	24,6
	Terciario o Universitario incompleto	15,7		Interior 1	5,6
	Terciario o Universitario completo	16,2		Interior 2	10,9
NSE	Alta	3,4		Interior 3	16,6
	Media	35,9		Interior 4	20,3
	Media-Baja	36,5		Interior 5	13,9
	Baja	24,2			

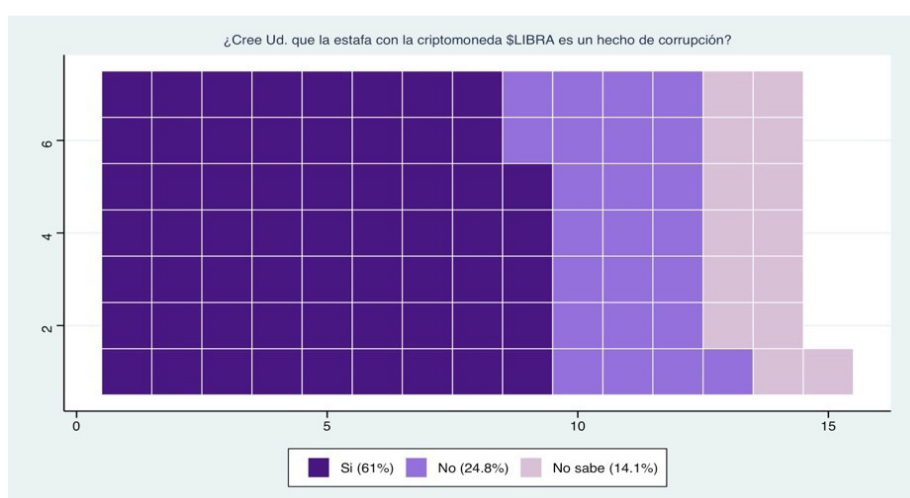
Fuente: Informe Analogías (Febrero 2025).

Los resultados de la encuesta fueron procesados con el programa estadístico SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Para la manipulación y presentación visual de los datos recurrimos al poderoso open software RStudio. La combinación de ambas plataformas favorece una aproximación metodológica integral que optimiza la precisión analítica y garantiza la calidad y transparencia en la investigación empírica (Zuur *et al.*, 2020).

5. Resultados

El nivel de información y conocimiento sobre el fraude con la criptomoneda \$LIBRA fue altísimo (86,5%). Además, las respuestas mayoritarias calificaron al hecho como «de corrupción» (61%) y acordaron que tanto el Presidente como su hermana estuvieron involucrados (55%). Concluyeron también que se trató de un escándalo internacional que deteriora el posicionamiento de Milei (60%) y que su comportamiento fue «malo» (78%), tal como veremos a continuación.

Figura 2. Corrupción: ¿Cree Ud. que la estafa con la criptomoneda \$LIBRA es un hecho de corrupción?



Fuente: elaboración propia.

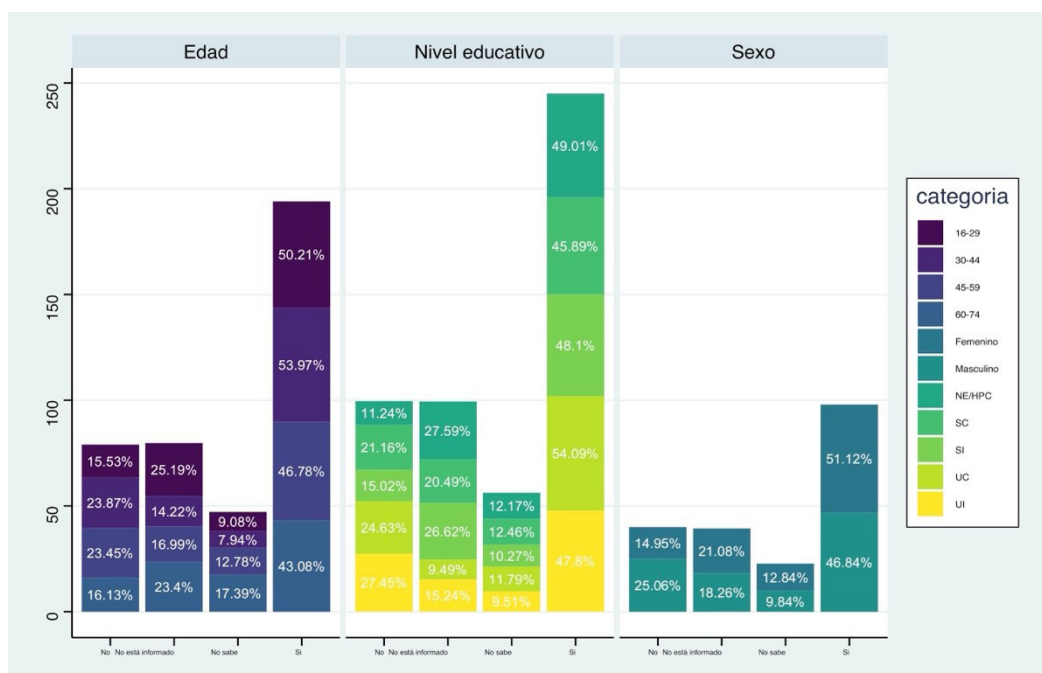
Se confirma, así, que la opinión pública es muy sensible a los casos de corrupción donde están involucrados los funcionarios públicos. Por cierto, tal percepción no sólo esmerila la imagen de los dirigentes afectados en tanto el régimen y su legitimidad son susceptible de ser erosionados sino que además puede conllevar efectos sobre la participación política y la aparición de fenómenos como la desconfianza institucional y la apatía electoral (Rose-Ackerman, 1999)⁴. Dicha sensibilidad, no obstante, debe interpretarse como un patrón perceptivo observado en el contexto del caso analizado y no como evidencia concluyente de efectos estructurales sobre el régimen político o el comportamiento electoral.

En la Figura 3 (gráfico de barras apiladas por facetas) se observa cómo se distribuyen las percepciones de corrupción sobre el escándalo según el perfil demográfico de los encuestados. La imagen se divide en tres grandes secciones que agrupan a la población por segmentos de edad (16-29; 30-44; 45-59; 60-74), nivel educativo (NE/HPC: No tiene estudios; SC: secundario

4. Si bien no es objeto de problematización en esta investigación esto ha sido sumamente importante en las elecciones legislativas que se sucedieron en distintos distritos del país, poco tiempo después, dado el alto porcentaje de ausentismo que se registró.

completo; SI: secundario incompleto; UC: universitario completo; UI: universitario incompleto) y sexo (Femenino; Masculino). Dentro de cada sección, las columnas representan cuatro estados de opinión: quienes no creen que sea un hecho de corrupción (No), quienes no están informados (No está informado), quienes tienen dudas (No sabe) y quienes afirman que sí lo es (Si).

Figura 3. Percepciones sobre la corrupción distribuidas por variables.



Fuente: elaboración propia.

El elemento más destacado es la columna del Sí que muestra una altura significativamente mayor en todos los grupos, lo que confirma una desaprobación social mayoritaria. Al observar los colores (indican subcategorías específicas) notamos que en la sección de edad, los jóvenes (16-44 años) son los que más nutren la percepción de corrupción, sumando más del 50% de las respuestas afirmativas en sus segmentos. En términos educativos, el gráfico revela que a mayor instrucción académica más sólida es la calificación del hecho como corrupto. En la comparación por sexo se visualiza nítidamente que las mujeres presentan un bloque de rechazo más voluminoso (51,12%) en comparación con los hombres (46,84%).

5.1. Segmentos de opinión

Si bien la estructura de respuestas sobre el *criptogate* en cada segmento de opinión se ordena de la manera previsible, dentro del propio segmento «oficialista» las respuestas tampoco presentan un apoyo pleno al Gobierno. En líneas generales, el 54,6% de la muestra señaló que Milei participó de la estafa; 30,3% dijo que no en tanto un 15,1% contestó No saber.

Tabla I. Participación de Milei.

			Segmentos de posicionamiento			
		Total	Oficialistas duros	Segmento en disputa	Opositores blandos	Opositores duros
	Col %	100,0	100,0	100,00	100,0	100,0
¿Cree Ud. que Milei participó de la estafa con la criptomoneda que el mismo difundió la semana pasada?	Si	54,6	9,3	49,0	81,0	94,3
	No	30,3	67,1	24,2	7,9	3,0
	No sabe	15,1	23,7	26,8	11,0	2,7

Fuente: Elaboración propia.

Los datos de la Tabla I permiten advertir que lo ocurrido puso en especial y seria tensión al Presidente con el segmento de opinión que en general tiene opiniones oficialistas pero que en la autopercepción no se considera como tal. Se trata de ciudadanos que tienen un vínculo lábil con el oficialismo y este tipo de cuestiones los alejan de la agenda del Gobierno. Por otra parte, su condición de político digital ha magnificado la cuestión porque el evento ha sido esencialmente digital y escandaloso. En otras palabras, el evento no se produjo en el campo analógico que no permea en el campo digital sino que se produjo en el campo digital que sí permea el campo analógico.

Preguntamos luego por las evaluaciones de la opinión pública respecto del accionar del Presidente recordando que los escándalos son eventos mediados que exponen una transgresión moral en tanto violan valores con un impacto vinculante en una comunidad política (Thompson, 2000). Casi 8 de cada 10 encuestados calificó de manera negativa la participación del Presidente en el fraude; incluso dentro de los oficialistas duros también hay una mayoría crítica a su accionar (56,9%). Vemos aquí que el apoyo político no es monolítico: quienes están ideológicamente alineados al oficialismo muestran sus reparos.

El impacto del escándalo sobre la imagen del Presidente ha sido importante porque su prestigio y reputación fueron socavados. Esto produce efectos fuertes en la ciudadanía en tanto se produce una disminución de la confianza política. Más aún, algunas investigaciones han demostrado que la erosión de la reputación puede llevar a un descenso en la aprobación de la gestión de gobierno y el cuestionamiento de la legitimidad política de la instituciones (Maier, 2011; Entman, 2012). De hecho, los escándalos no sólo afectan al dirigente involucrado sino que pueden tener un efecto de contagio reputacional sobre todo el sistema político dado que estos eventos refuerzan las percepciones de corrupción (Allern y Pollack, 2012).

6. Conclusiones

Los resultados confirman una alta sensibilidad ciudadana frente a escándalos de corrupción mediatizados. Sin embargo, las conclusiones que aquí presentamos se formulan como conjeturas: estos eventos podrían contribuir al deterioro reputacional y a la desconfianza institucional, hipótesis que deberán ser contrastadas con nuevos estudios longitudinales o comparativos.

El trabajo aporta evidencia empírica descriptiva relevante para comprender la recepción ciudadana de escándalos políticos contemporáneos. Los datos revelan que la publicidad del escándalo \$LIBRA alcanzó una alta penetración informativa en la ciudadanía, que el tema se instaló en la conversación pública y que lo hizo de forma negativa.

El estudio ofrece dos observaciones relevantes para comprender la relación entre la percepción de corrupción y la opinión pública en este caso de estudio: 1) se observa una marcada sensibilidad ciudadana ante el escándalo analizado. Los altos niveles de conocimiento del tema, sumados a la atribución de responsabilidad hacia la figura presidencial y la valoración negativa de su accionar, ofrecen indicios sobre el impacto que el evento ha tenido en el clima de opinión; 2) el hecho de que más de la mitad de los encuestados vincule directamente al Poder Ejecutivo con el fraude sugiere que la ciudadanía no solo califica el acto sino que tiende a buscar concretamente responsabilidades. Estos hallazgos permiten plantear la hipótesis de que escándalos políticos de esta magnitud podrían asociarse con procesos de pérdida de legitimidad política (Poertner y Zhang, 2023).

En este sentido, la articulación entre escándalo y transgresión moral se manifiesta en un deterioro reputacional que, si bien es medido aquí de forma transversal, se proyecta teóricamente como un factor de deslegitimación (Thompson, 2000; Allern y Pollack, 2012; Entman, 2012).

Referencias bibliográficas

- Acosta, M. (2024): «Polarizaciones, dualidades e incertidumbres». *Revista Relato*, 4(14): 23-28. Recuperado de: <https://relatocompol.com/polarizaciones-dualidades-e-incertidumbres/>
- ADHOC (2025a, 23 de julio): «La provocación permanente». Recuperado de: <https://comunicacionadhoc.com/2025/07/23/la-provocacion-permanente/> (Última acceso: agosto 2025).
- ADHOC (2025b, 6 de julio): «El mes cripto». Recuperado de: <https://comunicacionadhoc.com/2025/03/06/el-mes-cripto/> (Último acceso: agosto 2025).
- Allern, S., y Pollack, E. (2012): «Scandalous!: The mediated construction of political scandals in four Nordic countries». Nordicom.
- Annunziata, R., Ariza, A., March, V. R., y Torres, S. (2024): «La politización antipolítica: análisis del fenómeno de Javier Milei». [Anti-political politicization: analysis of the Javier Milei phenomenon]. *Revista de la Sociedad Argentina de Análisis Político*, 18(1): 13-42. <https://doi.org/10.46468/rsaap.18.1.a1>

- Archenti, N. (2007): «El sondeo de opinión». En A. Marradi, N. Archenti y J. I. Piovani (Eds.): *Metodología de las Ciencias Sociales*. Emecé.
- Ariza, A., March, V. R., y Torres, S. (2023): *Estrategias digitales y nuevos liderazgos*. Universidad de Buenos Aires.
- Avritzer, L., Milani, T., y Sauret, M. (2023): *The rise of the radical right in Latin America*. Routledge.
- BBC.COM (2025, 20 febrero): «El escándalo de Javier Milei con \$LIBRA: qué es el 'rug pulling' y qué recomiendan los expertos para evitar este tipo de estafas con criptomonedas». Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/articles/cj3n5gjd2dxo> (Último acceso: agosto 2025).
- Canel, M. J., y Sanders, K. (2005): «El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia icono» [The power of the media in political scandals: the symbolic strength of the icon news]. *Anàlisi*, 32: 163–178.
- Castells, M. (2009): *Comunicación y Poder*. Alianza.
- Castorena, O., Lupu, N., Wolsky, A. D., y Zechmeister, E. J. (2023): «Corruption and political support: The case of Peru's Vacuna gate scandal. *Journal of Experimental Political Science*, 11(1): 52-63. <https://doi.org/10.1017/XPS.2023>.
- Entman, R. M. (2012): «Scandal and silence: Media responses to presidential misconduct». Polity Press.
- Cea D'Ancona, M.A. (2001): *Metodología cuantitativa: Estrategias y técnicas de investigación social*. Síntesis.
- Delfino, G. I., y Lodi, R. B. (2024): «Milei y la Libertad Avanza: una aproximación desde la psicología política». En J. J. Ramírez y G. Vommaro (Eds.): *La Libertad Avanza: de la red al poder* (pp. 145-168). Siglo XXI Editores.
- Ferré, J. C. (2025): «The rise of Javier Milei and the emergence of authoritarian liberalism in Argentina». *Latin American Research Review*, 1–12. <https://doi.org/10.1017/lar.2025.10>
- Hernández Sampieri, R, Fernández Collado, C. y Baptista, M. (2014): *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.
- Hueso, A., y Cascant, M. J. (2012): «Metodología y técnicas cuantitativas de investigación». Editorial Universitat Politècnica de València.
- Iglesias, F., Cavarozzi, M., y Casullo, E. (2024): *Democracia y autoritarismo en el siglo XXI*. Prometeo.
- Maier, J. (2011): «The impact of political scandals on political support: An experimental test of two theories». *International Political Science Review*, 32(3): 283-302. <https://doi.org/10.1177/0192512110378056>
- Martins, M. S. (2023). «Y al final llegó el león: análisis de la campaña electoral de Javier Milei en Instagram en las elecciones legislativas 2021» [And finally the lion arrived: analysis of Javier Milei's electoral campaign on Instagram in the 2021 legislative elections]. En *Actas de ponencias. XXIV Congreso de REDCOM* (pp. 876-894). <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/156297>
- Manin, B. (1997). *The principles of representative government*. Cambridge University Press.
- Morris, S. D., y Blake, C. H. (2023): «Corruption and politics in Latin America: National and subnational perspectives». *Journal of Politics in Latin America*, 15(1): 25–45. <https://doi.org/10.1177/1866802X231161741>

- Pallant, J. (2022): *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using IBM SPSS* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Pérez-Díaz, P. L., y Arroyas Langa, E. (2025): «El populismo disruptivo de Javier Milei: análisis de su estrategia discursiva en redes sociales». [Javier Milei's disruptive populism: Analysis of his discursive strategy on social media]. *European Public & Social Innovation Review*, 10: 01-23. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-2064>
- Poertner, M., y Zhang, N. (2024): «The effects of combating corruption on institutional trust and political engagement: Evidence from Latin America». *Political Science Research and Methods*, 12(3), 633-642. <https://doi.org/10.1017/psrm.2023.4>
- Ramírez, J., y Vommaro, G. (2024): *La Libertad Avanza: De la red al poder*. Siglo XXI Editores.
- Rose-Ackerman, S. (1999): *Corruption and government: Causes, consequences, and reform*. Cambridge University Press.
- Rothstein, B., y Teorell, J. (2008): «What is quality of government? A theory of impartial government institutions». *Governance*, 21(2): 165-190.
- Soto, E., y Barbis, I. (2024): «El león en la chistera: análisis de las elecciones presidenciales de 2023 en Argentina». [The lion in the top hat: analysis of the 2023 presidential elections in Argentina]. *Elecciones (enero-junio)*, 23(27): 289-312. <https://doi.org/10.53557/Elecciones.2024.v23n27.10>
- Tagina, M. L. (2024). «Elecciones 2023 en Argentina: la irrupción de la derecha radical en el poder». [2023 Elections in Argentina: the emergence of the radical right in power]. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 33: e402. <https://doi.org/10.26851/rucp.33.5>
- Thompson, J. B. (2000): *Political scandal: Power and visibility in the media age*. Polity Press.
- Verón, E. (1997): *Efectos de agenda*. Gedisa.
- Villarreal, M., y Seligson, M. A. (2004): *The measurement and impact of corruption victimization* (LAPOP report). Latin American Public Opinion Project, Vanderbilt University.
- Zuur, A., Ieno, E. N., y Elphick, C. S. (2020): «A protocol for data exploration to avoid common statistical problems». *Methods in Ecology and Evolution*, 1(1): 3–14. <https://doi.org/10.1111/2041-210X.12152>



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.