

ENSAYO

CINCO PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA DE LLA

EL BRUTALISMO COMUNICATIVO DE MILEI

Milei desata su furia en Twitter y avala el ataque de trolls contra su vice, contra los legisladores de la oposición, contra quien sea y por lo que sea, no importa cuándo leas esto. Desmedida, electoralista, orientada a aplastar el consenso y a gritar con agresividad su idea de grandeza, la comunicación del presidente es brutalista. Como aquella vanguardia arquitectónica surgida en un clima de posguerra, expone con simpleza extrema una pretensión desmesurada de autoridad política, moral e intelectual para reconstruir la nación. Mario Riorda describe los cinco principios de la comunicación política de La Libertad Avanza.

Por: Mario Riorda | Arte: Sebastián Angresano



COMPARTIR



**LA REDACCIÓN ANFIBIA SE
INCENDIÓ Y PERDIERON TODO.**



APOYÁ

DAME EL FUEGO DE TU AMOR
UNA CAMPAÑA POR SU RECONSTRUCCIÓN.

Pesos argentinos: [cuenta.cronos](https://cuenta.cronos.com)

Moneda extranjera: paypal.me/revistaanfibia

Anfibia

Presionada por la oposición, la vicepresidenta, Victoria Villarruel, convocó a sesión en el Senado para debatir el decreto de necesidad y urgencia 70/2023 que refunda la Argentina y desató la furia. El propio Milei cuestionó a su vice en Twitter y avaló

el ataque de trolls en su contra. Esto es algo cotidiano, contra quien sea y por lo que sea. Cuando la cámara alta rechazó el mega DNU, el presidente llamó "ratas" a los legisladores opositores. La comunicación del gobierno de La Libertad Avanza es brutalista.

El brutalismo fue una vanguardia de grandes proyectos arquitectónicos. Un lenguaje internacional, en un clima de época de posguerra, con la idea de reconstrucción. Toma su nombre de sus construcciones de concreto, monolíticas (*béton brut* es hormigón en bruto en francés). Tenía una utopía social y política y abrazó a gigantescas esculturas arquitectónicas.

Primitivismo, crudeza e innovación. Formas no complejas y uniformidad. Polémica también. Desde su pretensión de simpleza no descartaba la monumentalidad en edificios que dan que hablar o bien gritan con agresividad su idea de grandeza y, en algunos casos, exponiendo la imagen de la autoridad como autoritarismo. Expresaba una idea de honestidad constructiva superficies ásperas, materiales de aspecto pesado, formas angulares, atípicas y repetitivas. Las cosas debían funcionar y perdurar.

El brutalismo comunicativo de Milei tiene una idea redentora de reconstrucción (nacional) pero instalada en el marco de un lenguaje ultra radical de pretensión internacional. Es difícil discernir entre el fondo y la forma comunicativa. El brutalismo necesitó de un tiempo histórico para imponer un estilo polémico y agresivo. Milei aprovecha una época de protestas perpetuas y un contexto propiciado por un entramado digital ilimitado sin pretensión de verdad. Hacerse ver, nunca pasar desapercibido, ni antes ni ahora. Atípico, singular. De él siempre se espera más y más, de quienes lo aman y de quienes lo desprecian.

La comunicación política del presidente tiene una simpleza -muchas veces- extrema y va acompañada de una pretensión desmesurada de autoridad política, moral e intelectual. Se caracteriza por la exaltación de la grandeza desde el autoelogio, la honestidad intelectual, repetitiva e incesante. La aspereza que propone el brutalismo en su diseño, es análoga a las medidas de Milei y sus consecuencias, sociales especialmente. Si el brutalismo deja expuestas sus instalaciones, el gobierno de Milei también se expone en sus entramados políticos (sorpresivos, contradictorios, amateurs) y en la gestión de sus iniciativas políticas (desmesuradas, desprolijas, impactantes). Siempre con una idea de perdurabilidad en el tiempo, proponiendo un largo plazo explícito en sus promesas.

Cinco principios del brutalismo comunicativo de Milei

1. Electoralización total de su comunicación gubernamental

La tentación de llevar la comunicación de un gobierno al formato electoral siempre existe. Cuando sucede, la comunicación gubernamental, menos estridente, largoplacista, necesitada de soluciones, es la gran perjudicada. Inundada de electoralización, se confunde, se estresa con tanta espectacularidad y promesa donde más bien se necesita respuesta y legitimidad del rumbo.

No hay cuidado, no hay medida. La electoralización en la faz de gobierno suele acarrear la ausencia de gestión de expectativas. Tal como el gobierno norteamericano de Donald Trump, la representación es un acto de fidelidad

partidaria o de fidelidad hacia el votante (*mirror parties*). Son gobiernos decididos a negar a minorías, capaces de herirlas cotidianamente siempre que se logre la felicitación o el regocijo de su votante más fiel.

En el proceso de construcción de un mito de gobierno hay tres momentos centrales: uno inicial, predominantemente carismático y centrado en la confianza del líder y del proyecto; uno posterior, más racional, burocrático, donde entran en juego las organizaciones, las políticas públicas que hacen bajar a tierra el relato y la promesa; y un tercer momento de institucionalización, vale decir, donde el estado es otro, al que se lo ha modelado y transformado. En todos se necesita consenso social. El gobierno los quiso todos, de golpe, sosteniendo su derecho al cambio desde el valor obtenido en el balotaje, cual plebiscito de origen que le otorga un pase ilimitado para sus pretensiones.

2. Desprecio estatal total

"Filosóficamente soy anarcocapitalista y por lo tanto siento un profundo desprecio por el Estado. Creo que el Estado es el enemigo, creo que el Estado es una asociación criminal..." afirma Javier Milei. En cambio, los empresarios son héroes y benefactores.

Agrega que su sistema es "justo y moralmente superior". Esto, en el fondo, es la instalación de una batalla cultural, moral y religiosa desde el individualismo para ponerle fin a toda forma de colectivismo. Sin embargo, en algo el Estado debiera actuar: como garante de un poder coercitivo y coactivo.

El discurso provoca una sobre generación de expectativas y promesas que no necesariamente construyen una visión de futuro que describa un rumbo de gobierno o futuro mito de gobierno. Incluso la idea de cambio cultural está más centrada en premisas contra identitarias (frente resignificaciones de lo que puede llamarse socialismo o formas de colectivismos preferentemente) que en la explicitación de lo que verdaderamente ese cambio significaría.

La palabra "libertad", como muletilla para todo, sufre ya un intenso proceso de

estiramiento conceptual (conceptos a los que le cabe cualquier cosa y pierden su sentido original). Cada medida es como un pasito en la concreción de un cambio cultural derivado de esas decisiones, sea o no directa la asociación entre medida, política y cambio cultural.

3. Incivilidad y descortesía

La incivilidad se define en la comunicación política como aquella centrada en el uso de insultos basados en la identidad y sentimientos antidemocráticos, clasistas, misóginos. La descortesía es más un estilo en el tono de comunicación, identificada por el uso de vulgaridades, obscenidades, burlas, entre otros.

Ambas son agresión, con o sin argumento. Forman parte de los discursos de odio para establecer barreras morales de lo aceptable; de lo legítimo y lo profano, pero no para marcar la diferencia, sino para aplastar la identidad contraria. Para reducir la otredad a la nada. Negarla no sin antes hostigarla.

Más que argumentos, existe la idea de triunfar frente a los otros para humillar, ridiculizar, para producirles vergüenza pública. Estas prácticas se dan en los bordes del espectro político democrático porque apuntan a silenciar el disenso. Porque la vergüenza no busca el consenso, sino el ridículo; no busca ideas o razones; sino risas y lealtad tribal. Borran cualquier límite de la tolerancia en la imposición del pensamiento propio.

4. El shock en todo

Intento de cooptación de la agenda política y mediática sin gradualismo. Milei es un montón, su agenda también, sin que importe cómo ni sus costos. Aceleración, vértigo y confusión. Si alguien gusta del boxeo, no es un *jab* (un golpe rápido, generalmente utilizado para marcar o medir distancia con respecto al oponente a modo de brazo extendido que genera un dominio calculado). Más bien es la búsqueda desesperada, desprolija, audaz del *Knock out* desde el toque de campanilla. Es "a todo o nada" siempre.

No hay especulación, hay arrojo decisionista. Mucha construcción de liderazgos avasallantes logran su autoridad desde una premisa: “se animan a lo que nadie se anima”. Rompen los límites desde su decisionismo. Van más allá que cualquiera. Disociados.

La disociación es un mecanismo de defensa para intervenir en situaciones críticas basado en la desconexión de la emoción para no sucumbir a la angustia ni quedarse paralizado. Pero también, un alto y permanente grado de disociación impide captar el estado psicológico de las personas, minimizar eventuales consecuencias y acompañarse de otras defensas de modo maníacas: hiperactividad sin descanso, sentimientos de omnipotencia con decisiones temerarias.

“La explosión controlada” es el concepto con el que Alejandro Gaviria describió la concepción revolucionaria de Gustavo Petro en Colombia. Si ese libro se escribiera en Argentina, el título debiera ser “la explosión descontrolada”. No hay debate entre shock y gradualismo. Nada puede ser gradual. El incrementalismo es blasfemo, claudicación, es política (y eso es malo).

5. Híper personalismo desmedido

El foco en el líder se gesta mayormente desde el autoelogio o la auto referencialidad valorativa. La centralidad está puesta en el presidente como protagonista del acto comunicacional. El motivo que convoca –que podría ser una política pública, un anuncio o una decisión– pasa a segundo plano, se convierte en excusa para que el presidente se muestre y transmita su mensaje político. La centralidad de la imagen, el discurso y los atributos del gobernante en la comunicación son totales.

Se busca que quede claro de quién es la decisión política. Todo es una situación sostenida desde referencias valorativas sobre sí mismo para destacar su personalidad, cualidades, capacidades, valores, ideas, logros, etc., por más grandilocuentes (y bizarros) que resulten los elogios. Cada vez es más nula la diferencia entre las políticas públicas y las políticas personalistas, que son la fiel

proyección de los liderazgos de turno que no sólo pretenden diseñar políticas, sino también modelar ambientes culturales a su gusto.

Milei ve (lo que otros no ven). Milei doma (con sus argumentos). Milei es sexy. Y cuando no, desde el misticismo e interreligiosidad, Milei profetiza o llora. Milei es pureza (el castiga a los impuros). Él avasalla si es que hace falta avasallar. Milei amenaza si hace falta. Milei es mundial. Milei es una divinidad en la tierra. Milei no se equivoca (y si lo hace dirá que no era su culpa). Milei no falla (siempre hay un plan detrás).

“La piedad era un signo de debilidad” decía Jack London en “El llamado de la naturaleza”. Y la autoridad presidencial es el intento deliberado de acción, firmeza, promotor de actos confrontativos primitivos, pre-estatales, cual verdadero estado de naturaleza hobbesiano. El brutalismo comunicativo de Milei se expresa todos los días en los siguientes puntos:

1. Los actos que confunden la institucionalidad

En la privatización de la comunicación pública oficial en terceras voces, de su entorno o su partido, hay un enorme espacio para los librepensadores extremos o anónimos que hacen que las vocerías sean múltiples, aún existiendo una vocería formal.

Ya se dijo que el gobierno es una maquinaria que expone con alta frecuencia sus contradicciones. Y es tan profunda la mutación de la institucionalidad que se ha roto por completo el límite de lo que podría separar al estado con su partido: todo es una comunicación de arengas partidarias militantes y para solidificar una opinión pública mayoritaria. Muchos contenidos pretenden ser una demostración empírica de una supuesta popularidad en torno al gobierno, la figura presidencial, una política o algún dato positivo.

Dentro de la institucionalidad socavada, la estética audiovisual es todo un capítulo: asistimos a una “presidencia meme magnánima”. Hacer memes es parte de la narrativa oficial en redes oficiales. E incluso, la Inteligencia Artificial está

plenamente al servicio del ego presidencial, ya que se ficciona una falsa virilidad del líder. Se construye un Milei como un Chad (macho alfa) de la jerga “incel” (celibato involuntario), la subcultura masculina que odia a las mujeres.

Su comunicación, además, está editada en su mayoría. Gran parte de la comunicación que incluye visibilidad del líder se da en ambientes controlados o con edición audiovisual *ex post*.

2. Los actos de incivildad que construyen el tono de la comunicación

Son recurrentes los ataques o agresiones contra alguien o algo, incluyendo a actores de la política doméstica o internacional, de la intelectualidad, de la cultura o del periodismo, especialmente a las mujeres. Una superioridad moral evidencia repetidamente una pretensión clasista, especialmente cuando estigmatiza a piqueteros, militantes de izquierda y sectores del peronismo.

Así, vemos un predominio de comunicación negativa sustentada en la apelación al miedo mediante una amenaza; los mensajes comparativos acerca de una gestión y la otra o de una persona y otra. El término “casta política” divide arbitrariamente y moralmente- a buenos y malos.

Es deliberada la instauración de un clima de confrontación que va más allá de la provocación y se instala como un acto de violencia institucional y más allá de lo institucional (en la esfera de lo no democrático como instigador del odio). Mucho del ecosistema digital libertario promueve el uso de la violencia, la defensa armada y hasta el uso del concepto “guerra civil”.

3. La calidad de los argumentos

Se ha privatizado la verdad y desde esa privatización, se genera hostilidad digital a quién no la comparte o la rebate. Es verdad lo que Milei quiere que sea verdad. Lo que no se comparte, será hostigado por una horda de trolls, bots y militantes libertarios (así, en ese orden).

Practica un negacionismo de la evidencia, no sólo científica. Luchas o conquistas sociales son, en su pensamiento, “conflictos sociales nocivos”, “ideas nocivas”, como el feminismo o el cambio climático. O incluso, desacredita a los medios, universidades y organismos internacionales.

Tiene una obsesión por usar la argumentación contrafáctica. Se compara la realidad con alternativas simuladas, ya que las afirmaciones se refieren a situaciones que ciertamente no existen ni existieron. Y si no existen, no se puede asegurar que sean verdaderas en el mundo real. Sea para imaginar cómo podría haber sido mejor (contrafácticos ascendentes que indica nuevos caminos a futuro) o bien como función emocional de consuelo, que aparece cuando las personas imaginan cómo podría haber sido peor (contrafácticos descendentes). Un acto de inoculación que avala algún dato incómodo presente de lo que podría haber sido si no se hubiera tomado tal o cual medida.

Y recurre a la resignificación de la historia y exaltación de voces periféricas de la intelectualidad para argumentar. En su intervención en Davos, por caso, según su parecer, desde 1800, todo el mundo occidental se equivocó salvo los “teóricos” libertarios. Se equivocaron todas las ideologías políticas, todos los medios, todas las universidades, toda la multilateralidad internacional. Los empresarios no. Los empresarios son héroes.

Da cuenta de un generalismo argumentativo (la desregulación, por ejemplo) con temas difusos (*diffuse issues*) y mensajes de gran amplitud o de amplitud ilimitada (*boundary-spanning*). Se vacía de contenido al mensaje, quitándole profundidad, utilizando fórmulas armadas y repetitivas.

4. La indolencia comunicativa

Podría entenderse como insensibilidad comunicativa o el goce de las consecuencias de sus actos quizás. A Susan Sontag le preguntaron qué puede hacer un escritor y dijo “Cosas serias. Palabras de amor. Y prestar atención al mundo... Sé serio. [Y agregó] Con lo que quise decir: Nunca seas cínico”. La

comunicación oficial, muchas veces en esta lógica se vuelve indolente, como burla, sorna, arrogancia o desprecio al opositor o a quien se ve perjudicado.

Frente a datos sobre consecuencias de medidas de ajuste (“ajustazo”, defiende el gobierno), como recesión, contracción, pérdida y demás, mayor radicalidad discursiva el gobierno no se sensibiliza y aumenta la confrontación o la incivilidad. Sus datos no son humanos ni personas que sufren. Sus datos son económicos.

5. El discurso de futuro enorme y cambiante

La promesa futura es recurrente a modo de auto celebración sobre decisiones o políticas adoptadas que implicarían beneficios o consecuencias positivas históricas (no hoy, sino en el mañana). Su discurso está impregnado de promesas de gloria nacional a décadas. Todo es desde el drama, un drama inédito en la historia. Todo es un callejón sin salida. Todo es épica y exageración. Todo es una batalla y prima un lenguaje bélico. No hay alternativa al ajuste. No hay otro argumento válido. Lo otro “debe” ser descalificado.

Existe poca comunicación sobre los beneficios “concretos” que tendrá el paquete de medidas que promueve para la gente. Escasa pedagogía de la comunicación de cada política pública. Mucho énfasis en las “Bases” (como refundación), poca consistencia explicativa de cada política.

Y en aras del rumbo futuro, se niegan crisis o situaciones problemáticas (propias). Es un gobierno que da vida suelta a lo que se denomina “repentización”, vale decir, reacciones repentinas, apresuradas, sustentadas en redoblar la apuesta sin cálculo o recurrir a ataques o medidas *ad hoc*. Son habituales las salidas impulsivas como respuesta o medidas improvisadas. No se admiten situaciones que impliquen pérdida de poder relativo frente a aquellos que se encuentran implicados.

Tal es así que se ven tensiones políticas constantes que impactan en la reorganización de la estructura administrativa que va generando cambios desde el día uno.

En la argumentación retórica, la adhesión a un valor es siempre de intensidad variable, dice Cornelius Castoriadis; quiere decir que nada impide que en cualquier momento se asuman valores nuevos. Pero muchas veces, son cambios radicalmente abruptos frente a registros discursivos recientes que debilitan la palabra oficial.

Nada de lo escrito consideró su eficacia. A tres meses de gobierno, al oficialismo no le va tan bien como se auto celebra, ni tan mal como quisiera la oposición. Es temprano, prematuro, pero es mucho... es un montón. Pablo Ramos, en su fabulosa y cruda obra, "La ley de la ferocidad", escribió en un párrafo: "Deberían haberme avisado. Ya sé que me avisaron. Pero deberían haberme avisado más".

15/03/24.

Derechas, Discursos de odio, Javier Milei, Redes sociales

Por
Mario Riorda

+ Info

Arte
Sebastián Angresano

+ Info

5 comentarios

Ordenar por **Más antiguos** ↕



Agrega un comentario...