



De Goebbels a Milei, nada nuevo bajo el sol

En las declaraciones del líder libertario se pueden encontrar similitudes que recuerdan a las estrategias utilizadas por el artífice de la propaganda del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán.



Por Alfonso Pissano

Javier Milei asumió la Presidencia de Argentina el 10 de diciembre de 2023, tras una de las campañas más polémicas en décadas. Entre declaraciones propias y lecturas ajenas, el nuevo presidente representa acciones y tendencias de todo, menos nuevas.

Ya podían advertirse rasgos comunicativos durante la construcción de su candidatura, donde montó una identidad de forastero, irreverente y agitador. Milei se mueve a través de un lenguaje verbal y corporal agresivo, que comparte con mandatarios de una línea ideológica similar como Jair Bolsonaro (Brasil), Donald Trump (Estados Unidos) y el salvadoreño Nayib Bukele. En tres meses ha emitido cientos de mensajes verbales y paraverbales que podemos analizar y desmenuzar para entender cómo lo hace, por qué y qué quiere decir.

La propaganda opera a partir de un sustrato previo, ya sea una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios que ya existen en la sociedad

Joseph Paul Goebbels es conocido por haber sido el ministro de propaganda del régimen nazi. Nacido en 1897 en Rheydt, Alemania. Muerto junto a su familia por

auto-envenenamiento ante la victoria de los aliados, en Berlín, mayo de 1945. Estudió en la universidad de Heidelberg y se graduó en 1922 como doctor en filología alemana. Fue apasionado por la literatura, por la dramaturgia y también por el periodismo, elementos que combinó para sus construcciones políticas. Murió siendo el artífice del mito de Hitler y como titular del Ministerio del Reich para la Ilustración Pública y Propaganda, donde controlaba todos los aspectos que hacen a la cultura y la absorción de información pública.

Mientras Hitler escalaba al poder, Leonard W. Doob, profesor emérito de psicología y comunicación de la Universidad de Yale, realizaba estudios complementarios en la Universidad de Frankfurt (1930-1933). Observó el aumento de la propaganda y el trabajo del ministro Goebbels, convirtiendo estos apuntes en una tesis que explicaría a la propaganda como la comprensión de la comunicación y las ciencias del comportamiento.

Doob afirmó que la opinión pública surge, sobre todo, de actitudes y sentimientos colectivos duraderos. Está íntimamente relacionada con la historia común de una sociedad y la forma en la que se socializa la persona al crecer, cuando nos inculcan rasgos de la personalidad, valores, estereotipos, modales sociales, etc.

También tomó parte del trabajo de Sigmund Freud y Harold Lasswell, y estudió la psicología de la sugestión tras los estímulos emocionales. Señaló que, si



bien no tenían un efecto inmediato, las personas son susceptibles a la sugestión, especialmente cuando la información viene de fuentes que consideran prestigiosas. Por ende, la propaganda podía despertar y recombinar actitudes preexistentes por un estímulo de la identidad individual como el orgullo, la vergüenza, la emoción o la culpa. En 1950, Doob publicó un estudio sobre la técnica de la propaganda de Joseph Goebbels en *Goebbels' Principles of Propaganda* a partir del cual analizaremos a Javier Milei.

Los principios según Leonard W. Doob

- 1. Principio de simplificación y enemigo único.

- 2. Principio del método de contagio.
- 3. Principio de transposición.
- 4. Principio de exageración y tergiversación.
- 5. Principio de vulgarización.
- 6. Principio de orquestación.
- 7. Principio de renovación continua.
- 8. Principio de verosimilitud.
- 9. Principio de silenciamiento.
- 10. Principio de transfusión.
- 11. Principio de unanimidad

Comienza con la simplificación. Adopte una sola idea, un solo símbolo. La representación debe ser fácil de identificar, así como la forma ideal de ser y pensar que se intenta establecer. En contraste, hablará

de pensamientos y personas que van en contra de la construcción social ideal. Identificará al adversario en un enemigo único, que será responsable de todos los males. Luego, con el principio de contagio, reunirá a toda oposición en la misma categoría. Cuando presente al enemigo hará la transposición, cargará al oponente con sus propios errores y defectos. Responderá al cuestionamiento con ataques buscando la tergiversación de la discusión. Si no puede negar las malas noticias, inventará otras para distraer a la opinión pública de ellas. Debe exagerar para mal conducir la reflexión sobre los temas a tratar, convertir cualquier situación o anécdota, por pequeña que sea, en una seria amenaza.

Adaptará su mensaje al menos culturizado de los individuos a quienes va dirigida, es decir, vulgarizar el discurso. Cuanto mayor sea la masa a convencer, menor debe ser el esfuerzo mental de los receptores. La capacidad receptiva de las masas -dice- es limitada y su comprensión media es pobre (por falta de datos), al igual que su memoria.

La propaganda debe limitarse a un pequeño número de ideas y repetirlas incansablemente. Para cumplir con el principio de orquestación, ha de presentarlas desde diferentes perspectivas, para que se vinculen en el mismo concepto. Sin dudas ni fisuras.

La información y los argumentos deben renovarse a tal velocidad que cuando el oponente responde, la audiencia ya está

interesada en otras cosas. La verosimilitud construye argumentos ficticios a partir de distintas fuentes veraces, y distribuirlos a través de los llamados “globos sonoros” (hoy *think tanks*) y de información fragmentaria. Podemos llamarle a esta técnica “mentir con la verdad”.

Milei discurre sobre haber sido “traicionados” (él y el pueblo) por los políticos y se mimetiza discursivamente con su electorado. Identifica a sus enemigos y los aúna en el “comunismo”, el “socialismo” y “la casta”

La propaganda opera a partir de un sustrato previo, ya sea una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios que ya existen en la sociedad. La transfusión difunde argumentos que pueden enraizarse en actitudes primitivas. Los preceptos a difundir deben tener coherencia y para cerrar su estrategia debe hacer creer que las opiniones expresadas por el líder son compartidas por todos, creando una falsa unanimidad.

simplificar
contagiar
transponer
exagerar/tergiversar
vulgarizar
orquestrar
renovar
verosímil
silenciar
transfusión
unanimidad

Lo que dice Milei

Milei discurre sobre haber sido “traicionados” (él y el pueblo) por los políticos y se mimetiza discursivamente con su electorado. Identifica a sus enemigos y los aúna en el “comunismo”, el “socialismo”, y “la casta”. En su constructo, los opresores son aquellos que hablan de justicia social, pues padecen u observan la desigualdad y así se oponen al “respeto irrestricto sobre el proyecto de vida ajena”.

Escribió tres libros: *Pandemonics*; *El camino del libertario*, y; *Otra vez sopa*. En ellos detalla su visión de la economía, sus opiniones políticas y el “deber ser” de su séquito. Tiene su propio documental (principio 4 y 5) donde explica sus lineamientos políticos.

Una de las inteligencias de su campaña fue construir al anarcoliberalismo como algo contracultural, lo que “las élites no quieren que sepas”. Así instala los principios 10 y 11, transfiriendo a la población de sus prejuicios culturalmente enraizados y construyendo falsa unanimidad.

El presidente ignoró los protocolos de transición de Argentina, que establecen que el primer discurso debe ser en el interior del congreso. Hacia los representantes del pueblo, como un gesto de compromiso con todos los sectores de la sociedad. En su lugar, convocó a sus votantes a las afueras del Congreso de la Nación y dio su primer discurso de espaldas al edificio y a los legisladores, después de jurar y tomar posesión de la banda presidencial. Su

partido entró con menos del 15% en diputados y 10% en senadores, esa oportunidad era la mejor para tratar de tejer alianzas legislativas de cara al Decreto Nacional de Urgencia (DNU).

Algunos legisladores expresaron preocupación por la decisión del mandatario, tal gesto no era solo un desprecio hacia la diversidad ciudadana sino también una forma de empezar a comunicarse y actuar sin intermediarios. Este acto es la primera comunicación del nuevo gobierno con el pueblo. Al cambiar intencionalmente las reglas, Milei proyecta una imagen rebelde. Afirmar que “la casta política” no lo manda ni lo regula y que tampoco los respeta (o respeta al Estado) para actuar protocolarmente.

Las cinco frases

Comenzó así su gobierno bajo la premisa “no hay plata”. Para resumir el discurso de apertura, tomaré cinco frases:

- 1. “No hay alternativa al ajuste y no hay alternativa al shock”. Milei retoma a su admirada Margaret Thatcher, quién puso de moda la frase “no hay alternativa” para justificar acciones bélicas y económicas. Los gobernados tienden a pensar que no miente, pero aplica el principio 8.
- 2. “Sabemos que en el corto plazo la situación empeorará, pero luego veremos los frutos”. Este es un recurso que se llama “la luz al final del túnel”. Consiste en convencer a los gobernados de los buenos tiempos por venir como premio por el sufrimiento y la resiliencia.
- 3. “Ningún gobierno ha recibido una herencia peor que la que estamos recibiendo nosotros”. El recurso de la “herencia maldita” pero magnificado, pues hace alusión a tres “fracasos” anteriores y no uno: Kirchner, Macri y Fernández. Justifica cualquier subida o bajada, recorte o venta. Principios 3, 6 y 5.
- 4. “A aquellos que quieren utilizar la violencia o la extorsión para obstaculizar el cambio, les decimos que se van a encontrar con un presidente de convicciones inamovibles”. Emplea el principio 1 y 2, así como la transposición, identifica al enemigo y su conducta, que desea “traicionar”, “impedir” o “romper”. En paralelo plantea la conducta deseable, pues dice “quien corta las calles violando los derechos de sus conciudadanos no recibe la asistencia de la sociedad”, un precursor para la ministra de Capital Humano, Sandra Pettovello: “el que corta, no cobra”. Criminalización de la protesta y la disidencia. Principios 10 y 3.
- 5. “Hoy comienza una nueva era en Argentina”. Marca una nueva forma de ser argentinos y de ser Estado. Usa el principio 5 para polarizar conceptos, por ejemplo: “un país en el que el Estado no dirija nuestras vidas/ sino que vele por nuestros derechos. Un país en el que las hace/ y las paga”. Como principios 4 y 7, mantiene frentes de conflicto con poco espacio de tiempo, saturando en contenido todos los medios al tiempo que permanece visible y nombrado.



Foto: elDiarioAr

Las acciones

Despidió a más del 10% de la plantilla de trabajadores estatales, además del cierre de ministerios e institutos. Sostuvo en su relato la palabra “ñoquis” para identificarlos y estigmatizarlos. Impuso una cifra estimada de inflación mucho mayor para proveer una falsa amenaza que desvíe la reflexión sobre la devaluación y el ajuste. Fue a foros de economía con otros líderes conservadores y magnates, y a la Antártida a “investigar” sobre microplásticos en el mar. Viajó a Mar del Plata a visitar a su novia, Fátima Flores, en el teatro donde actuaba. Se besaron de forma pública generando contenido mediático e hizo uso del espacio para reiterar el discurso de “la luz al final del túnel”.

Milei justificó la represión en las manifestaciones que ocurrieron hasta el momento. Sus ministerios sacaron eslóganes amenazantes, que criminalizan la protesta como “el que corta, no cobra” o “el que las hace, las paga”.

Patricia Bullrich, ministra de Seguridad, lanzó un protocolo antipiquete y amenazó con cobrarles los operativos de seguridad a las organizaciones civiles y construir el relato de lo que estos “cuestan al pueblo”. Cuestionó y ninguneó a la comisión de las Naciones Unidas que vio peligroso el protocolo y lo evaluó como inconstitucional y contrario a los Derechos Humanos. Fue denunciada por el Movimiento Socialista de los

Trabajadores (MST) luego de haber recibido cartas donde se le cobraban millones a la organización.

Milei estuvo en Israel posicionándose a su favor en las acciones bélicas contra Palestina. También visitó al Papa Francisco después de haber dicho que era “el representante del maligno en la tierra”. Interrumpió las partidas para los comedores populares nacionales por presuntas “irregularidades” generando manifestaciones por el hambre.

Amenazó a los gobernadores del país con “fundirlos”. Presionó legisladores a través de los medios como cuando el vocero, Manuel Adorni, dijo en conferencia de prensa que la suba del dólar blue era una “muestra gratis” de lo que pasaría si no se aprobaban las leyes en el Congreso.

El presidente argentino despidió a más del 10% de la plantilla de trabajadores estatales, además del cierre de ministerios e institutos. Sostuvo en su relato la palabra “ñoquis” para identificarlos y estigmatizarlos

El presidente apremió para aprobar el DNU y conseguir facultades legislativas entre otros cambios que desregulan la economía y los derechos sociales. Cuando el DNU no fue aprobado, acusó a los legisladores de traidores y obstaculizadores del “cambio que la Argentina votó”.

Comenzó una relación de recelo con su vicepresidenta, Victoria Villarruel, por la presunta existencia de secretas y periódicas reuniones con el expresidente Mauricio Macri. Se peleó por los medios con Lali Espósito y con la cultura argentina. Cuestionó los fondos del Cosquín Rock y dijo que era propagandística su gestión, tratando de construir a los trabajadores de la cultura como construye a los medios no afines: “ensobrados”, “ladrones” y “mentirosos”.

El nuevo capítulo está en la resistencia que presentan varios gobernadores por el amago de retirar el Fondo de Fortalecimiento Fiscal de la provincia de Buenos Aires, el cambio de la actividad pesquera en el sur del país y la retención de la coparticipación que reciben las provincias.

Con cada evento aplica estos principios para construir e intentar sostener su poder, para armar marcos según la conveniencia del momento. Y, sobre todo, para vivir su sueño. ¿No ven que está feliz?



Alfonso Pissano (Uruguay) es activista trans. En su juventud inició su militancia como artista (poeta) y enfermero. En 2018 se incorporó a la sociedad civil organizada para proseguir su activismo políticamente. Actualmente estudia comunicación política y continúa aportando a su comunidad desde esta disciplina.

Ig: @fonsopissano