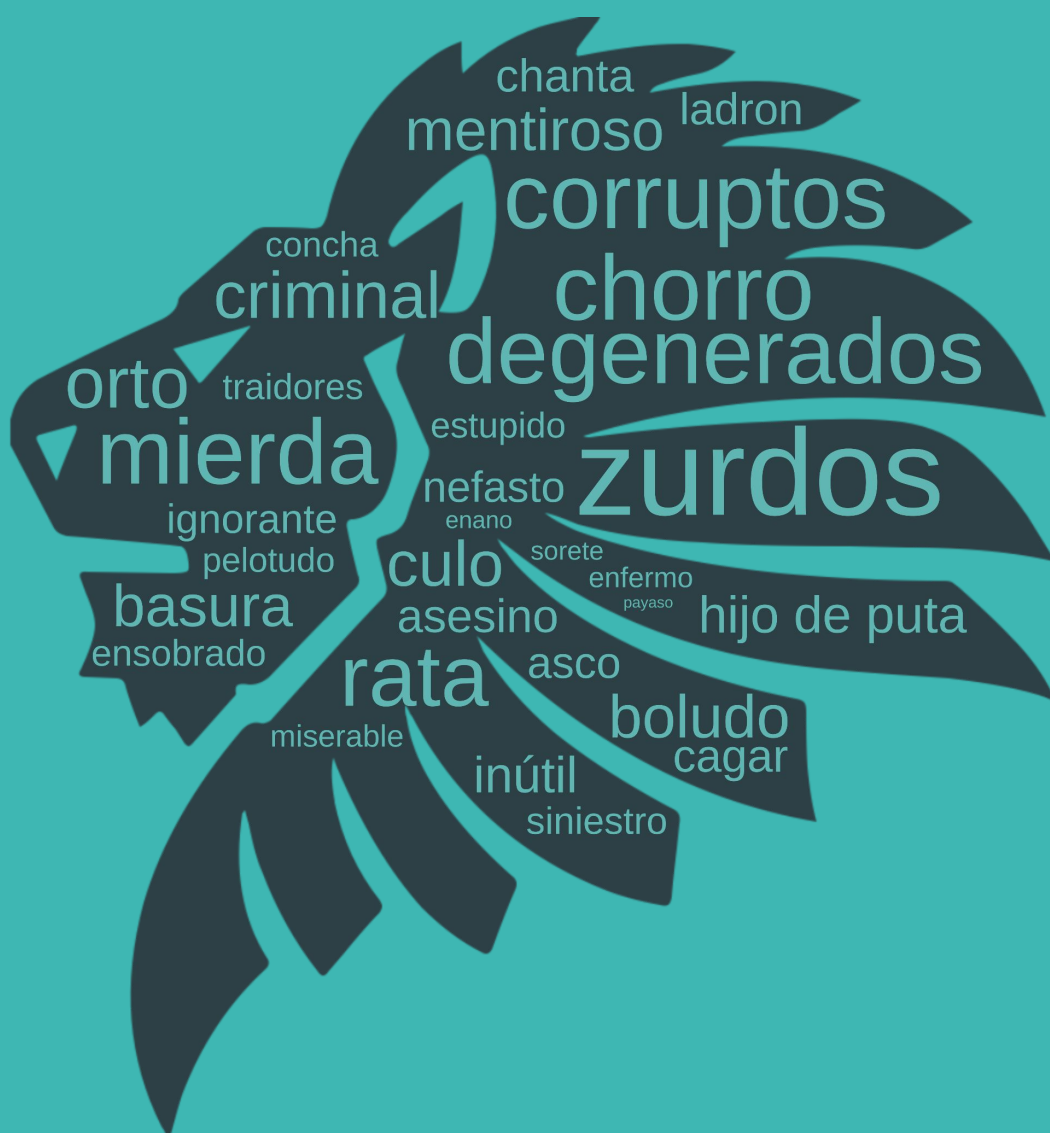


“Degenerados”, “ratas” e “hijos de puta”

Análisis de la violencia verbal en el discurso
del Presidente Milei



Sobre el informe

Este informe es el primero de una serie de documentos en los que MAD pondrá en el debate público evidencia y análisis sobre la degradación del discurso político, el incremento de la violencia real y simbólica y su efecto en la calidad de vida democrática.

En democracia las palabras importan



Este documento busca alertar sobre el incremento de la violencia verbal en Argentina como consecuencia del discurso descalificativo del Presidente de la Nación, Javier Milei hacia personas y organizaciones que representan voces disidentes respecto de la marcha del gobierno.

Como veremos, desde el inicio del mandato del Presidente Milei el proceso de hiperpolarización de la sociedad, incentivada por el sistema político, inició una espiral ascendente, con incrementos significativos en el uso de la violencia verbal, la vigilancia ideológica, la persecución y la cultura de la cancelación. Esto, con el objetivo de acallar voces disidentes y estigmatizar y aislar a las personas que expresan desacuerdos.

Este informe parte de la premisa de que en el discurso político las palabras no representan un “modo” de decir las cosas. Esto se ve reflejado de manera muy nítida en el discurso del Presidente Milei, cargado, como veremos, de insultos y humillaciones contra cualquier persona que o bien lo cuestione, o bien él crea que está equivocada.

En este sentido, el problema no son las “formas” del discurso del Presidente. El problema es el contenido del discurso del Presidente. Las palabras importan.

Para este informe analizamos la semántica de la cuenta oficial de X de Javier Milei, tomando los posteos originales y RTs y citas de posteos de terceros desde el 11 de diciembre de 2023 hasta el 13 de noviembre de 2024. Luego aislamos los adjetivos más utilizados en esos mensajes y los separamos por su *sentiment* o carga valorativa, para finalmente identificar los insultos, agravios, humillaciones y operaciones semánticas deshumanizantes.

Así, identificamos los 32 agravios más utilizados por Milei en su cuenta de X (ver Imagen 1).

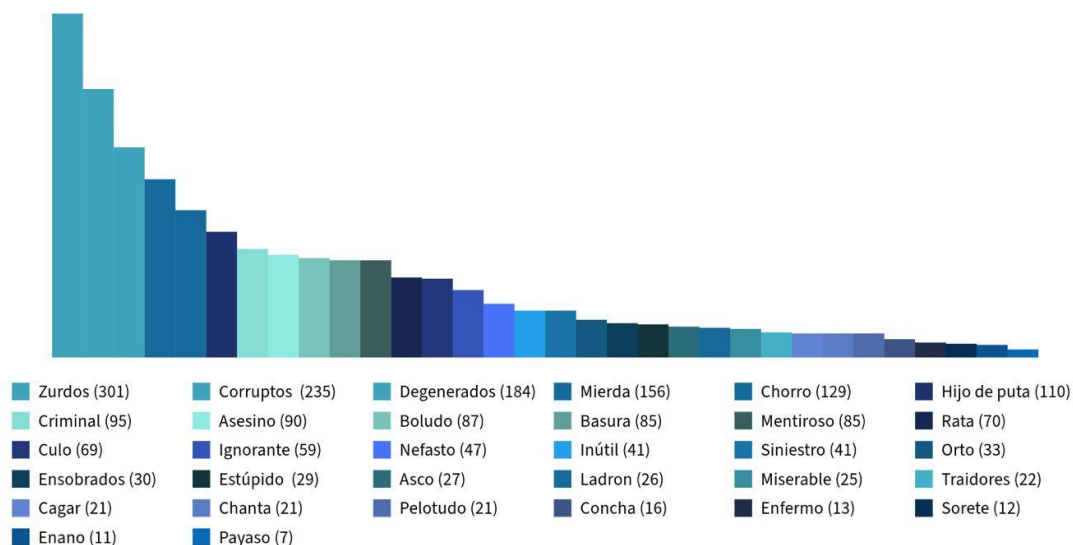


Imagen 1. Los 32 insultos más utilizados por el Presidente Javier Milei en su cuenta oficial de la red social X entre el 11 de diciembre de 2023 y el 13 de noviembre de 2024.

Encontramos que desde que asumió como Presidente, Milei ha utilizado estos 32 términos para insultar y descalificar a personas y organizaciones 2200 veces, esto es **casi 7 (6,50) veces por día**, solamente desde su cuenta de X. Entre los insultos o términos despectivos más utilizados se encuentran “zurdos” (301 oportunidades), “degenerados” (184) o “hijos de puta” (110).

En algunos casos, la intención descalificadora de estas palabras se desprende por contexto. En el caso de “degenerados”, el Presidente usualmente la utiliza para descalificar a quienes cuestionan su política fiscal (está asociada en general a la frase “degenerados fiscales”).

Similar operación semántica ocurre con la palabra “zurdos”, cuyo significado negativo había caído en desuso en el lenguaje coloquial y Milei lo retoma para extenderlo a cualquier postura política o ideológica que no suscriba la suya, aun cuando no responda a las características propias de la ideología de izquierda (“zurdos” en el lenguaje popular).

El lenguaje presidencial en X no solo trae insultos directos a terceros, sino que también ahonda en términos que directa o indirectamente degradan la conversación y condicionan la percepción del otro. Es el caso de “mierda” (155) o “basura” (26).

Las operaciones semánticas elegidas por el Presidente para vincularse con aquellos con quienes desacuerda incluye términos deshumanizantes, que buscan degradar y aislar a la persona insultada. En este sentido encontramos un reiterado uso de las palabras “inútil” (40) o “siniestro” (40). También recurre a adjetivos estigmatizantes: “enano” (10), “enfermo” (12) o “ignorante” (58).

Nadie puede dudar que la utilización de las llamadas “malas palabras” es parte del lenguaje cotidiano y que el rechazo social a su uso ha ido decreciendo con los años, más aún desde la irrupción de plataformas digitales de conversación social. Sin entrar en razones o valoraciones sobre este punto, podríamos entender al lenguaje utilizado por Milei como parte de ese cambio en los términos de la conversación cotidiana.

Sin embargo, Milei es el Presidente de la Nación y su lenguaje es el de un ciudadano pero también el de una persona con enorme influencia. Por tanto, goza del derecho a la libertad de expresión al tiempo que tiene un deber mayor que el ciudadano común.

En este punto, vemos que Milei no utiliza el insulto y la descalificación como parte de su lenguaje coloquial y haciendo uso de su “libertad de expresarse”, sino como una operación política deliberada y pensada con el objetivo de dañar reputaciones y acallar voces disidentes.

Cuando analizamos el contexto del uso del término “ensobrados” para este informe, que se repite, en la plataforma y el período analizado, 29 veces, encontramos que está asociado a un actor político/social específico, el periodismo (ver Imagen 1). Lo mismo sucede cuando analizamos el contexto del término “ratas” (69), que nos remite al Congreso de la Nación (ver Imagen 3), al que ha llamado repetidas veces “nido de ratas”.

Esto nos permite afirmar que se trata de operaciones semánticas con objetivos claros y predefinidos y está lejos de tratarse de usos espontáneos o de arrebatos emocionales.



Imágenes 2 y 3. Nube de palabras con el contexto semántico del uso de la palabra “ensobrados” en la cuenta x del Presidente Javier Milei (izquierda) y “ratas” (derecha).

Este tema viene siendo estudiado por otras organizaciones, como es el caso del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA). Según su Monitoreo de Libertad de Expresión, en 2023 hubo 117 situaciones de ataque a la libertad de expresión en Argentina, y en lo que va de este 2024 ya se llevan registrados 138 ataques a la libertad de expresión, de los cuales el 26% provino del Presidente de la Nación. La mitad de esas agresiones, dice FOPEA, representaron ataques a la reputación de los periodistas a través de un discurso estigmatizante.

Los periodistas Marcelo Longobardi, María O'Donnell, Jorge Fontevecchia, Sofía Diamante, Ernesto Tenenbaum, Matías Martín, Andy Kusnetzoff, Sofía Martínez y María Laura Santillán fueron algunos de los periodistas atacados. La propia FOPEA es sistemáticamente atacada por el Presidente.

Si bien escapa a los objetivos de este informe, es importante destacar que la violencia verbal ha sido, como muestra la evidencia histórica, la antesala de la violencia física. Esto pudo verse recientemente en algunas marchas y actos callejeros en diversos puntos de nuestro país.

Es importante recordar que muchos de los grandes hechos de violencia del Siglo XX comenzaron siendo verbales y discriminatorios, siempre en un contexto de falta de contención institucional y de cuidado, o en un situaciones en las que las instituciones aceleraron la tragedia. Todos esos casos extremos fueron precedidos por campañas de odio y desinformación ayudadas por un lenguaje deshumanizante y denigrantes hacia minorías u otros grupos señalados y estigmatizados. [Este estudio de Naciones Unidas sobre violencia verbal y violencia real da cuenta de esto.](#)

Aunque suelen minimizarse los efectos de la violencia verbal del Presidente como una cuestión de “formas” o de horizontalidad (“habla como una persona común”), cuando se indaga sobre este tema aparecen señales de alerta en la sociedad.

La encuesta de Zubán Córdoba & Asociados , realizada entre el 11 y el 13 de octubre de 2024 sobre 1900 casos casos que publicamos a continuación da cuenta de esto.

Entre sus principales hallazgos se destaca que existen porcentajes significativos de la sociedad (69,2% de mujeres, 67,9% de varones) que creen que desde que asumió como Presidente creció la violencia política.

Esto se verifica, aunque no de manera mayoritaria pero sí significativa, incluso entre votantes de Javier Milei tanto en primera vuelta como en segunda vuelta, siempre según la encuesta.

¿Cuál es su nivel de acuerdo con la siguiente frase?

“Desde que Milei es presidente, ha aumentado la violencia política en el país” según...

	GÉNERO		
	FEMENINO	MASCULINO	OTRO
ACUERDO	69,2%	67,9%	57,1%
DESACUERDO	27,2%	28,8%	42,9%
NO SABE	3,6%	3,3%	

	VOTO PRIMERA VUELTA A PRESIDENTE				
	PATRICIA BULLRICH	JAVIER MILEI	JUAN SCHIARETTI	SERGIO MASSA	MYRIAM BREGMAN
ACUERDO	40,4%	41,3%	72,6%	96,8%	88,9%
DESACUERDO	52,7%	55,7%	22,6%	2,6%	4,2%
NO SABE	6,9%	3,0%	4,8%	0,6%	6,9%

	ÚLTIMO VOTO BALLOTAGE				
	JAVIER MILEI	SERGIO MASSA	EN BLANCO	NO VOTÓ	NO SABE
ACUERDO	41,0%	97,2%	75,9%	69,3%	69,2%
DESACUERDO	54,1%	2,1%	17,2%	21,3%	15,4%
NO SABE	5,0%	0,6%	6,9%	9,3%	15,4%

Pero más allá de las diferencias según el comportamiento electoral en la última elección, lo cierto es que existe una percepción en la sociedad respecto de los efectos que tiene para la democracia el incremento de la violencia política.

Preguntados sobre la correlación entre violencia política y peligro para la democracia, no existen distinciones entre los votantes sobre su efecto preocupante para la vida en común.

En este contexto cabe preguntarse si el reciente lanzamiento de la agrupación “Las Fuerzas del Cielo”, definida como un “brazo armado” del gobierno, del que participaron funcionarios del gobierno nacional y legisladores nacionales y provinciales pertenecientes a La Libertad Avanza, no representa, por un lado, una continuación de la violencia retórica del Presidente Milei y, por otro, una señal preocupante para una sociedad en alerta.

¿Cuál es su nivel de acuerdo con la siguiente frase?

“El aumento de la violencia política es malo para la democracia Argentina” según...

	GÉNERO		
	FEMENINO	MASCULINO	OTRO
ACUERDO	95,0%	93,4%	100,0%
DESACUERDO	3,5%	4,6%	
NO SABE	1,5%	2,0%	

	VOTO PRIMERA VUELTA A PRESIDENTE				
	PATRICIA BULLRICH	JAVIER MILEI	JUAN SCHIARETTI	SERGIO MASSA	MYRIAM BREGMAN
ACUERDO	95,8%	90,0%	93,1%	96,7%	94,4%
DESACUERDO	3,0%	7,0%	6,3%	2,1%	2,8%
NO SABE	1,2%	3,0%	0,7%	1,1%	2,8%

	ÚLTIMO VOTO BALLOTAGE				
	JAVIER MILEI	SERGIO MASSA	EN BLANCO	NO VOTÓ	NO SABE
ACUERDO	92,3%	96,8%	93,0%	92,0%	76,9%
DESACUERDO	5,2%	2,1%	4,7%	6,7%	15,4%
NO SABE	2,5%	1,0%	2,3%	1,3%	7,7%

Cada era o momento político genera su propia identidad y liturgia y se ordena alrededor de sus propias palabras. Hemos visto este fenómeno decenas de veces, más aún por la incipiente tendencia de los gobiernos de “refundar” la Argentina. En este sentido, la intención del gobierno libertario de construir una semántica que lo identifique es legítima.

De hecho, la “semántica” de Milei que construimos para este informe, que incluye algunos de los términos negativos ya referidos y también otros positivos o de refuerzo de identidad (como “Viva la libertad carajo”, “Fenómeno barrial” o “Motosierra”) revela un volumen de conversación sorprendente (las menciones superan las 23 millones en menos de un año en los términos de nuestra construcción y búsqueda).

El problema es que esta identidad parece estar construyéndose menos sobre atributos y valores identitarios propios y más sobre la estigmatización, destrucción de reputación social y prestigio de otros actores, con efectos ya visibles.

Por ejemplo, para este informe miramos el comportamiento de dos términos que si bien pre existen a Milei, se podrían considerar “apropiados” por la jerga libertaria y el lenguaje presidencial. Es el caso de “mandriles” y “ensobrados”. El crecimiento del uso de estos términos en conversaciones en X es exponencial. El término “mandriles” registra más de 47 mil menciones solo en ese período, solo en X y solo en posts donde se menciona a la cuenta de Milei. En el caso de “ensobrados”, registramos más de 67 mil menciones, bajo las mismas condiciones. Otra vez, se trata de palabras sin volumen de uso en redes sociales previo a la irrupción de Javier Milei en la conversación pública.

Así, aunque es una hipótesis que merece ser profundizada, pareciera que existe un impacto real en el lenguaje cotidiano de aquella violencia verbal que advertimos al inicio, con consecuencias para la convivencia democrática.

Conclusión

La democracia y la libertad de expresión son conquistas recientes de la Argentina. Hace ya 41 años, pero hace solo 41 años, la sociedad argentina dio por cerrada una etapa en la cual pagó muy caro la confusión entre violencia y autoridad, poder y sometimiento y libre expresión con golpismo. La cooperación como práctica política por sobre la confrontación fue excepcional en gran parte de nuestra historia.

Los ciudadanos experimentamos la democracia cuando todos nos sentimos seguros al manifestarnos de manera pública, ya sea en las calles, los medios de comunicación o las redes sociales. Es el síntoma de una sociedad sana.

Este aspecto central de la vida democrática está hoy en retroceso en Argentina.

DECÁLOGO MAD CONTRA LA VIOLENCIA EN EL DISCURSO POLÍTICO

La violencia en el discurso político erosiona la democracia y la convivencia social. Para promover un debate respetuoso y constructivo, proponemos el siguiente decálogo:

- 1. Respeto:** Valorar y reconocer la dignidad de todas las personas, independientemente de sus ideas políticas.
- 2. Lenguaje no violento:** Evitar expresiones ofensivas, descalificadoras, deshumanizantes o discriminatorias en cualquier comunicación.
- 3. Fomento del diálogo:** Priorizar la escucha y el intercambio de ideas sobre la confrontación y el ataque personal.
- 4. Responsabilidad en redes sociales:** Utilizar las plataformas digitales para informar y debatir con respeto, evitando la difusión de mensajes de odio o violencia.
- 5. Condena de la violencia:** Rechazar públicamente cualquier forma de violencia, ya sea física, verbal o simbólica, en cualquier ámbito.
- 6. Educación:** Promover la formación en valores democráticos y de tolerancia desde temprana edad.
- 7. Comunicar con la verdad:** Evitar la manipulación de información para desacreditar a adversarios.
- 8. Empatía:** Reconocer las emociones y perspectivas de los demás, buscando puntos en común y soluciones compartidas.
- 9. Autocrítica constructiva:** Aceptar errores propios y aprender de ellos, en lugar de culpar o atacar a otros.
- 10. Promoción de la paz social:** Trabajar activamente para construir una sociedad más justa, equitativa y pacífica, donde el debate político enriquezca y no divida.

Este decálogo busca contrarrestar la violencia verbal en la política y fomentar un ambiente de respeto y colaboración entre todos.

Anexo - información metodológica

Social listening

Ficha Técnica	
Caso de Uso	Investigación de tópicos
Metodología	<ul style="list-style-type: none"> - Escucha Social - Análisis del perfil oficial - Desarrollo de Query ad-hoc - Análisis de Dashboards en base a componentes - Desarrollo en dos fases: <ul style="list-style-type: none"> - Fase 1: <i>Screening y selección de corpus de tópicos a partir del análisis de la cuenta oficial</i> - Fase 2: <i>Investigación e impacto de tópicos y su uso abierto</i>
Herramienta	Brandwatch
Alcance geográfico	Argentina
Idioma	Español
Audiencia objetivo	<ul style="list-style-type: none"> - Seguidores de cuenta oficial - Público en general
Período de análisis	Del 11/12/2023 al 13/11/2024

Encuesta Zubán Córdoba & Asoc.

Ficha Técnica	
Aspecto	Detalle
Población objeto de estudio	Población general mayor de 16 años
Ámbito	República Argentina
Segmentos de ponderación	Edad, zona, género y último voto a presidente
Afijación	Proporcional
Instrumento de recolección de información	Cuestionario estructurado
Técnica de recolección de información	50% CAWI, 50% Mailing
Trabajo de campo	Del 11 al 13 de octubre de 2024
Tamaño de la muestra	1900 casos
Error de muestreo	+/- 2.25%
Nivel de confianza	95%
Director	Lic. Gustavo Córdoba (gustavocordobayasoc@gmail.com)
Directora de Investigación	Mgtr. Ana Paola Zuban (pzuban@gmail.com)

Sobre MAD

Este documento es una publicación de Movimiento al Desarrollo. MAD es un movimiento de personas, ideas y propuestas con un objetivo en común: transformar a la Argentina en un país desarrollado.

Presidente: Guadalupe Tagliaferri

Secretario: Pablo Avelluto

Tesorero: Marcelo Weschler

Dirección Ejecutiva: Ana Iphais

Dirección de Programas: Jerónimo Torrealday

Dirección de Comunicación: Sebastián Zírpolo

movimientoaldesarrollo.org

