Lo que aprendí de Milei

Notas de un alumno sobre su maestro
y el poder que viene.

Federico Paoloni
@fdpaoloni · fedepaoloni.com
13 de octubre de 2026

Fui su alumno cuando casi nadie lo tomaba en serio. Lo vi inventar una forma de hacer política que barrió con todo lo anterior. Hoy entiendo que todo lo que irrumpe en la historia trae consigo el tiempo de su propio relevo.
En 2017 empecé a ver a Javier Milei en los medios. Era un economista que hablaba de la escuela austríaca en la televisión de la tarde y la noche, con una vehemencia que parecía fuera de lugar. Casi nadie lo tomaba en serio.

En 2018 fue mi profesor. Año de corrida cambiaria, y el Banco Central estaba en el centro de todas las discusiones. Durante cuatro meses fui prácticamente su único alumno. A veces, en medio de la clase, sonaba el teléfono. Pedía un minuto, salía al aire por radio desde el aula y hablaba cinco minutos con la misma convicción con la que defendía sus ideas sobre política monetaria. Después cortaba y seguía, como si no hubiera diferencia entre explicarle algo a un alumno y explicárselo a un país.

Nunca me dejó invitarle un café, siempre me invitó él. Era un profesor exigente, con una formación teórica que pocos tienen. Fue de los mejores que tuve.

Tardé años en entender lo que estaba viendo. Aquella aula de un solo alumno era, sin que ninguno de los dos lo supiera, el ensayo de un país entero. Ahí estaba el hombre que iba a cambiar para siempre la política argentina y la manera de hacerla.

El innovador

Joseph Schumpeter, austríaco como los maestros de Milei, dedicó su obra a una figura que la economía clásica había ignorado: el emprendedor. No es el inventor ni el capitalista. Es quien combina elementos que ya existen de una manera nueva y la impone contra la resistencia de los que están cómodos.

Milei no inventó nada. La escuela austríaca tenía un siglo. La televisión, setenta años. Las redes, veinte. La bronca contra la política era tan vieja como la política. Lo que hizo fue combinarlas. Un economista con la intensidad de una estrella de rock, una teoría académica traducida a una palabra, “casta”, y un canal directo con la gente que no pasaba por ningún partido.

Los establecidos se rieron, como se ríen siempre. Schumpeter tiene una frase para ellos: se pueden sumar todas las diligencias que se quieran y nunca se obtendrá un ferrocarril. La política argentina siguió sumando actos, comunicados y alianzas. Milei construyó un ferrocarril.

La renta del innovador

Pero Schumpeter descubrió algo más. El beneficio extraordinario del innovador es transitorio. Es una cuasi-renta: dura mientras dura la ventaja, y la competencia la erosiona hasta hacerla desaparecer. Lo que hoy es novedad, mañana es rutina.

Eso le está pasando al mileísmo, no por fracaso sino por éxito. Lo que en 2023 era transgresión hoy es el idioma oficial. La provocación que desde el margen sonaba a rebeldía, pronunciada desde la Casa Rosada suena a poder. La palabra "casta", que señalaba hacia arriba, ahora se dice desde arriba. Y el resto de la política, que primero se rió, después aprendió a imitar: copió los formatos, los tonos y las plataformas, aunque casi nadie haya entendido la lógica que había detrás.

A eso se suma una ley que cualquier economista conoce: la utilidad marginal decreciente. El primer estímulo sorprende; el décimo apenas se nota. Para producir el mismo efecto hace falta cada vez más intensidad, y la intensidad también se deprecia. Así, la esperanza que Milei vendió, la de un horizonte abierto después de décadas de decadencia, empieza a perder tracción. No porque falten resultados: los hay, y en la macroeconomía son evidentes. Sino porque todavía no llegaron con la misma fuerza a la vida cotidiana de la gente. Y una expectativa que tarda en volverse experiencia empieza a parecerse demasiado a una promesa.

Mientras tanto, la oposición comete el error clásico de los incumbentes. Discute a Milei en sus términos, reacciona a cada frase, pasa el día hablando de él. El incumbente que defiende su viejo modelo no compite con el innovador. Le hace publicidad.

El lugar que deja vacía una innovación no queda vacío mucho tiempo. La pregunta es qué lo va a ocupar.

La era de la ansiedad

El mundo está entrando en una transformación tecnológica sin precedentes en su velocidad. La inteligencia artificial y la automatización van a cambiar en pocos años lo que antes cambiaba en generaciones. Oficios que parecían eternos van a desaparecer. Certezas que ordenaban una vida entera van a volverse provisorias.

Zygmunt Bauman llamó a esta época modernidad líquida: un tiempo en que nada conserva su forma lo suficiente como para apoyarse en ello. Y las sociedades no viven bien en el agua. Cuando todo se mueve, la gente busca algo firme donde pararse.

Los argentinos lo saben mejor que nadie. Vivimos décadas de inflación, corridas y reglas que cambiaban de un día para el otro. Aprendimos a vivir en la incertidumbre como otros pueblos aprenden a vivir con el frío. Por eso, lo que en otros países es un dato, acá es el bien más escaso y el más deseado: la tranquilidad.

La incertidumbre produce ansiedad, y la ansiedad produce una demanda que ningún algoritmo puede satisfacer. No la de la quietud, que es imposible, sino la de saber que alguien sabe lo que hace. La política de la ira fue la respuesta a la decadencia. La política que viene va a tener que ser la respuesta a la incertidumbre.

Lo que me enseñó

De todo lo que aprendí con Milei, hay dos enseñanzas que nunca me abandonaron. Las aprendí como teoría monetaria. Con los años descubrí que eran enseñanzas sobre la vida.

La primera llegó con Central Banking in Theory and Practice, de Alan Blinder, abierto sobre la mesa. El principal activo de un banco central no son sus reservas ni su balance: son su reputación y su credibilidad. Un banco central vale lo que vale su palabra, y su palabra vale lo que valieron sus actos.

La credibilidad es un bien extraño: no le pertenece a quien la tiene, sino a quienes se la otorgan. Es la memoria que los demás guardan de nuestra palabra, y se renueva cada vez que lo dicho se vuelve hecho. Tiene, además, la asimetría cruel de todo lo valioso: se levanta piedra por piedra y se derrumba entera. Lleva años construirla, y alcanza una conferencia de prensa para perderla. Algunos lo aprendimos un 28 de diciembre, que en la Argentina, para colmo, es el Día de los Inocentes.

La segunda era más profunda. La tasa de interés, me explicó, no es un precio como cualquier otro. Es el precio del tiempo. Es el mecanismo de coordinación intertemporal por excelencia: le dice a una sociedad cuánto vale esperar, cuánto cuesta la impaciencia y qué está dispuesta a resignar de consumo presente para tener algo mañana. Toda decisión económica es, en el fondo, una decisión sobre el tiempo.

Tardé años en entender que las dos enseñanzas eran la misma. San Agustín escribió que no existen tres tiempos, sino tres presentes: el presente del pasado, que es la memoria, el presente del futuro, que es la espera, y el presente del presente, que es la atención. La reputación es memoria: lo que los demás recuerdan de nosotros. La tasa de interés es espera: lo que estamos dispuestos a apostar por lo que vendrá. Y entre las dos está la decisión de hoy, el único momento en que de verdad se juega todo.

Vale para un banco central, para un proyecto político y para una vida. Somos lo que hicimos, apostamos a lo que esperamos y decidimos, siempre, en un presente que no vuelve.

En Gladiador, Máximo arenga a sus hombres antes de la batalla con una frase que nunca olvidé: lo que hacemos en la vida tiene eco en la eternidad. La teoría monetaria le pone a ese eco un nombre más modesto: expectativas. Cada decisión de hoy queda escrita en lo que los demás esperan de nosotros mañana.

Un innovador puede abrir un mercado con audacia. Solo lo sostiene con credibilidad. Y la credibilidad no es otra cosa que el eco de lo que hicimos.

La siguiente innovación

Da Empoli mostró que los ingenieros del caos ganan alimentándose de la ira. Pero la ira es un combustible que se agota. Ninguna sociedad puede vivir mucho tiempo en estado de alerta, y menos una que además tiene miedo al futuro.

Si la tasa de interés es el precio del tiempo, la política también tiene su tasa de preferencia intertemporal. Y la mayor hazaña de Milei fue bajarla. Convenció a una sociedad que había aprendido, a fuerza de crisis, que esperar no tenía sentido, de que valía la pena resignar el hoy por el mañana. Pocas veces un pueblo aceptó un sacrificio tan grande a cambio de una promesa.

Pero esa paciencia no es infinita. Es financiamiento de corto plazo que hay que renovar todos los días. Mientras haya expectativas, la sociedad rollea. Cuando dejan de validarse, nadie renueva. Y la comunicación del poder funciona con la lógica opuesta, la de la ira, donde solo importa el impacto de hoy, la reacción de esta hora, el enemigo de esta semana. Pedirle a una sociedad que piense en décadas mientras se vive al ritmo de la hora acorta la duration del contrato que hizo posible el sacrificio.

La siguiente innovación será la que logre refinanciar esa paciencia: que el sacrificio aceptado se convierta en un futuro visible y que los argentinos sigan creyendo que vale la pena esperar, invertir, proyectar. No con promesas, que son baratas, sino con el único activo que respalda el futuro: la credibilidad.

Durán Barba agregaría una advertencia que la política argentina suele olvidar: la gente no vota con la razón, vota con las emociones. Por eso los tecnócratas pierden. Y la calma también es una emoción. No se transmite con planillas ni con datos, sino con una manera de hablar, de estar, de reaccionar. Quien quiera ofrecer tranquilidad tiene que hacerla sentir, no explicarla.

Por eso la siguiente innovación no va a ser elegir entre lo moderno y lo sólido. Va a ser combinarlos, que es exactamente lo que Schumpeter llamaba innovar. Moderno en la forma: los canales, la velocidad, el lenguaje del tiempo. Sólido en el fondo: previsible, preciso, capaz de administrar la complejidad. Nadie hizo esa combinación todavía. Los modernos son ruidosos y los sólidos, invisibles.

No va a ser una restauración, porque nadie quiere volver a lo que Milei destruyó. Tampoco una negación, porque el orden fiscal y la baja de la inflación son el piso

desde el que se construye. El mensaje es más difícil de decir y más fácil de creer: el camino es este, pero se puede caminar mejor.

Y hay una regla que no se puede olvidar: nadie cambia su voto para confesar un error. El votante de Milei no se va a ir con quien le diga que se equivocó. Se va a ir, si se va, con quien le diga que tenía razón y que ahora toca el capítulo siguiente. La gente no abandona una esperanza. La traslada a quien parece capaz de cumplirla.

El candidato

¿Cómo se ve esa innovación encarnada en una persona?

La Argentina padece una inflación por fuera de la monetaria y es la de la palabra. Durante décadas, la política prometió más de lo que podía cumplir, y la sociedad hizo con sus promesas lo mismo que hizo con su moneda: dejó de creer en ellas. Aprendió a escuchar con descuento. Por eso, quien hable menos y cumpla más va a tener una ventaja que hoy parece imposible: que le crean.

El candidato que viene no va a ganar gritando más fuerte. Va a ganar haciendo lo contrario de lo que se espera: hablando menos, prometiendo menos y cumpliendo más. Va a ser el que demuestre, con hechos pequeños y cotidianos, que su palabra vale. Porque en un país que desconfía de todo, la credibilidad no se declara. Se construye, un día después de otro, hasta que un día la gente se da cuenta de que ya no tiene que descontar lo que escucha.

Eso es lo que aprendí de Milei. Que se puede inventar una forma de hacer política. Y que esa invención, como toda innovación, trae consigo el tiempo de su propio relevo. El desafío de la próxima generación no es imitarlo. Es hacer lo que él hizo: combinar lo que ya existe de una manera nueva, y sostenerlo con la única cosa que no se puede falsificar: la credibilidad.