

Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/Argentina-Van-por-el-miedo-y-te-dejan-la-decepcion-Saul-Feldman>

ENTREVISTA CON SAUL FELDMAN

Argentina : « Van por el miedo y te dejan la decepción » Saúl Feldman

- Reflexions et travaux -

Date de mise en ligne : vendredi 12 juillet 2019

Description :

Argentina : « Van por el miedo y te dejan la decepción » Saúl Feldman

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Especializado en los modelos culturales como ámbitos de consumo, Saúl Feldman se dio a la tarea de deconstruir la política comunicacional del macrismo. La plasmó en un libro donde advierte que el duranbarbismo persistirá en la batalla por « el sentido común ». El objetivo : ganarla para consolidar un orden neoliberal y conservador. En el rol de los sentimientos, el blindaje a la reflexión crítica y varias claves para entender la campaña que se viene.

« Durán Barba afirma que esto va ser una lucha entre la decepción y el miedo. Más claro imposible. Apuesta al miedo porque cree, y me parece que no se equivoca, que es más poderoso que la decepción », advierte Saúl Feldman. Su lectura señala que Cambiemos no solo llegó para implantar un plan económico. También para producir un cambio cultural que lo haga posible. « Marcos Peña lo dejó en claro cuando afirmó que en estas elecciones no se va a discutir sobre economía, sino sobre un cambio en el alma de la gente », agrega a poco de iniciar la charla.

La mañana es fría y lluviosa. Todavía flota en el ambiente la sensación de vulnerabilidad que produjo el histórico apagón que dejó sin brújula a los nativos de la era digital y que por unas horas devolvió una centralidad casi olvidada a la radio.

Formado como sociólogo en la Universidad de Buenos Aires en los sesenta, Feldman se especializó en comunicaciones sociales la Universidad Hebrea de Jerusalem. Su tesis de postgrado fue sobre los elementos melodramáticos en la prensa popular israelí. Luego de estudiar semiótica se dedicó a la investigación de los procesos ideológicos y comunicacionales. Hace dos años y medio inició una tarea minuciosa : deconstruir al aparato comunicacional diseñado por Durán Barba.

El resultado es La conquista del sentido común. Cómo planificó el macrismo el « cambio cultural ». Un aporte para explicar las razones últimas de « la no explosión », los motivos del inesperado apoyo inicial al macrismo, su consolidación en las elecciones medio término y la perpleja confirmación de que la gente, en ciertos contextos, vota « en contra de sus intereses ».

El libro combina el análisis discursivo, el recorrido histórico de cómo se generaron los mecanismos del marketing duranbarbista y, por último, el análisis de lo que Feldman denomina con el neologismo « cinicracia » : el cómo se aplicaron esas herramientas a la gestión de gobierno.

Gabriel Bencivengo : ¿Qué es la « cinicracia » ?

Saúl Feldman : El neoliberalismo se desplegó en todo el mundo en el marco de una revolución tecnológica inédita que produjo cambios culturales asociados a las innovaciones tecnológicas y comunicacionales. Esto desarrolló un individualismo exacerbado, que sumado a un aparato de disciplinamiento social en el que los medios dominantes y la justicia están cooptados por sectores funcionales al poder, constituye un sistema de gestión del poder. Es lo que llamo « cinicracia ».

¿Sería una forma de poder que trasciende las formas institucionales ?

Las trasciende manipulando la institucionalidad. Cuando esa manipulación se instala es admitida como normal. La dimensión comunicacional es la parte fundante, el eje de la cinicracia, la parte más organizada, estable y eficiente del macrismo. Obra como un soporte básico.

Incluso ante el resquebrajamiento de la gestión

Ahí aparece la mentira descarada, el cinismo, el puntal expresivo sobre el que se posicionan sus actores. Es Dujovne ufanándose de que nunca se hizo un ajuste de la magnitud actual sin que caiga el gobierno.

La exhibición de poder...

Sí. Hay quienes todavía sostienen que Macri y Menem se parecen, pero no es así. El mentiroso miente para ocultar su intención y, paradójicamente, al mismo tiempo reconoce la existencia de una ley que obstaculiza su objetivo. El cínico no se preocupa por ocultar su intención. Rompe el pacto de sinceridad. Menem te guiñaba el ojo, reconocía que estaba mintiendo, establecía una complicidad. El macrismo, en cambio, exhibe su poder, desprecia al interlocutor. No hay contrato. Sus efectos son devastadores.

¿Por qué ?

Porque instala el desasosiego, el sentimiento de desamparo. Es mucho más que una actitud provocadora que lleva en su vientre el desarrollo del odio y la búsqueda de disciplinamiento. Es un lenguaje travestido. Pervierte el sentido de las palabras y puede publicitar el vaciamiento previsional como reparación histórica. Un contrato de sinceridad discursiva que no despeina.

Obvio, en todo estás vos

Feldman señala que la estrategia de Durán Barba instituye un sistema de valores que vampiriza a la sociedad porque desorganiza las vidas y deja a la vista formas vacías de sentido. Café de por medio, aclara que nunca trabajó en encuestas de opinión y tampoco en campañas políticas. Su campo son los modelos culturales en el ámbito del consumo. Una especialidad que desarrollo en Focos Latinoamérica, un centro de investigación que fundó y que durante dos décadas hizo estudios para empresas globales que piensan el consumo como una práctica cultural para posicionar sus marcas y productos.

El libro plantea desde el vamos la centralidad de la batalla por el sentido común. ¿Cómo lo definiría ?

Como un campo muy complejo de opiniones, criterios morales, formas argumentativas... Es lo sencillo, lo extendido que se vive naturalmente. Por eso atraviesa las barreras ideológicas y de clase. Son creencias fuertemente enraizadas en las emociones. Lo inunda todo.

De allí la resistencia que ofrece a la reflexión crítica...

Es más entrador en algunos segmentos que en otros, y trabaja con mayor fuerza en el famoso tercio que todos se disputan. El macrismo apunta a ese sector. Hizo y seguirá haciendo de la cabeza de esa gente, que está jugada en el sentido común, su principal campo de batalla. Es el segmento que decide las elecciones aquí y en casi todas partes del mundo.

¿En dónde están enraizadas esas creencias ?

En emociones muy simples. Amor, odio, miedo, narcisismo, solidaridad... Son sentimientos básicos. Las alertas racionales no siempre pueden dar respuestas a estas apelaciones. En especial cuando no está bien construida. A veces, incluso, en los sectores ideológicamente lábiles, esas alertas funcionan como estructuras justificatorias de los sentimientos.

Peña, Durán Barba & Rozitchner

El libro precisa que la comunicación macrista comenzó en 2004, cuando Macri conoció a Marcos Peña y a Durán Barba. El primero le aportaría la estrategia política. El ecuatoriano, las encuestas y los focus group. A eso se sumaría la cosmovisión de Alejandro Rozitchner, plasmada en Amor y país (2005) y en La evolución de la Argentina (2016). Dos libros en los que están desarrollados los conceptos centrales : el emprendedorismo, la meritocracia, el valor de la incertidumbre como libertad personal, la muerte de la historia. « Rozitchner insiste mucho en que la historia está llena de muertos y que es necesario dedicarse a los vivos. En ese libro machaca con la idea de que cada uno es artífice de su futuro. El famoso no le debo nada a nadie. Una percepción que oculta el contexto socioeconómico que permite los logros individuales », subraya Feldman.

Una llamado a disfrutar de la individualidad...

Sí, y sobre todo de la base biológica de la que cada uno está constituido. Hay que tener estómago para leer esos libros, pero hay que hacerlo. Lo de Rozitchner es un llamado a olvidarse de los temas sociales. Un trabajo que no hubiera funcionado sin una alianza con los medios dominante. Hay una instrumentación de ese sistema de valores mediante artículos periodísticos, incluso más nocivos que las fake news. Serían algo así como un *common sense news*. Militan el ajuste e instalan el convencimiento de que hay nuevos modos, degradados pero de algún modo aceptables y hasta deseables de vivir la vida, y que inducen a las personas a cooperar en sus propios destinos como víctimas.

La marcha silenciosa de la que habla Gabriel Vommaro, la que nadie vio venir...

La parte comunicacional era más o menos visible. Lo que no era tan visible, ni lo sigue siendo, es la forma operativa.

¿Por ejemplo... ?

Los timbreos, una operacionalización del estar cerca, de la cuestión de la horizontalidad. El kirchnerismo los ninguneó. Creyó que eran puro marketing. Recién ahora comienzan entender que el macrismo había elegido ya entonces otro campo de batalla, la batalla por el sentido común. No el debate ideológico que discute proyectos económicos y políticos.

Se suele decir que mucha gente actúa en contra de sus intereses. El tono imperante sigue siendo de sorpresa y desconcierto, rematado por recurrente pregunta de como puede ser que no pase nada.

Al progresismo le cuesta aun hoy explicarlo. ¿Un país anestesiado... ? No. La clave está en lo que venimos hablando. En la planificación para la captura y la transformación del sentido común, el famoso cambio cultural que pregona el macrismo. Fue una estrategia nueva en el país, pero que tiene su origen en una cosmovisión que se estructuró hace más de quince años. No hubo improvisación.

En síntesis, ¿el kirchnerismo perdió el tren ?

Hubo fallas en la comunicación que le impidieron trabajar en lo que a la gente le importaba. Esos intereses no los creó el macrismo. Estaban allí, el kirchnerismo no los vio y sobre ellos se montó el macrismo. Son intereses ligados a las corrientes culturales propias de una época. ¿Un ejemplo... ? El deseo de un liderazgo horizontalizado. Durán Barba interpretó muy bien el rechazo que generaban las cadenas nacionales de Cristina ; o, por poner otro ejemplo, el interés por la seguridad en todos sus aspectos, el interés por el orden.

¿Cómo interpreta desde lo comunicacional la propuesta de Cristina de un nuevo contrato social ?

Como un acierto. Hay un principio de comprensión del problema. Es una propuesta que postula contener los proyectos personales dentro de un proyecto colectivo que los haga posibles.

Miedo versus decepción

Feldman destaca que el discurso del macrismo hace un uso casi constante de la hipérbole (« el mejor equipo de los últimos cincuenta años » / « pobreza cero »), del oxímoron (« crecimiento negativo » / « progreso contenido »), de las sustituciones temáticas (« hacemos lo que hay que hacer ») y de las generalizaciones peyorativas (« íbamos camino a ser Venezuela »). Dice, además, que ese discurso está cruzado por un tono tanático. Lo primero, afirma, está justificado por la vehemencia, los subrayados y las elusiones que requiere la emocionalidad. Lo segundo quedaría en evidencia en la amenaza para el disciplinamiento. Un manejo del lenguaje que, al decir de los hechos, le dio al macrismo buenos dividendos electorales y no electorales. « Establecen un criterio de poder y de adecuación a la realidad que está más allá de la política. Buscan instaurar que se dedican a los hechos, a construir cañerías que no se ven, a impulsar un crecimiento invisible », dice Feldman.

Se podría argumentar que esa comunicación política entró en conflicto con la heladera vacía.

Tiene menos efectividad, pero todavía funciona. El sentido común es muy resistente a la realidad.

Parece difícil que el oficialismo pueda eludir el debate de proyectos concretos.

En todas las elecciones se discuten proyectos. Es la parte visible de la campaña. Lo invisible, lo que va por debajo, es la apelación al sentido común. Lo que postula Durán Barba sin decirlo es que el miedo es una vía más fuerte, mucho más efectiva que trabajar sobre la decepción. El miedo como una autopista para alcanzar la emocionalidad. Se trata de buscar el medio adecuado, y ya no importa tanto el proyecto. Lo que importa en el planteo es suscitar miedo.

Al kirchnerismo, y a la oposición en general, le quedaría entonces trabajar sobre la decepción

La oposición tiene que conseguir algo mejor que la decepción. Con la decepción no alcanza. Durán Barba ordenó la lógica. Te lo dice. Vayan por la decepción, que yo voy por el miedo.

Sin embargo, la decepción es perceptible, está instalada en muchos sectores.

Es cierto. Generaron expectativas que no se cumplieron. Sin embargo, en la decepción hay una serie de mediaciones posibles. El pasaron cosas, la tormenta externa, la sequía, la pesada herencia... El miedo es un riesgo que implica la desintegración personal. Miedo a perder el trabajo, miedo a la delincuencia, miedo a ser como Venezuela.

Hace un rato mencionó la cosmovisión que aportó Rozitchner. ¿Qué rol tiene esto en la comunicación política del macrismo ?

Es central. Las cosmovisiones, a diferencia de las construcciones ideológicas, se fundan en el sentido común. El macrismo eligió trabajar cada uno de los elementos que la integran. La incertidumbre como una expresión de la libertad personal, la proximidad física, la horizontalidad en los vínculos, el disfrute, el optimismo.... Es la primera vez que la derecha tiene un canto épico. La revolución de la alegría, la teoría del entusiasmo. Un sistema de valores que desarrolla Rozitchner y operacionaliza Durán Barba.

A la dirigencia tradicional le cuesta moverse en ese campo...

Porque no tienen incorporada la lógica de marketing. En su mayoría son ceos, cuadros que vienen del mundo empresario. Para ellos, lo político es el contexto. Piensan y ejecutan según la lógica de los negocios.

Evitar la grieta y revertir la manipulación

¿Cuánto de clima de época hay en los contenidos y en las formas en que el macrismo interpela a la sociedad ? Mucho, según Feldman. Su visión enfatiza que el macrismo nada tiene que ver con el neoliberalismo de los ochenta, menos aun con la última dictadura, y que pocos puntos en común tiene con el menemismo. La lectura destaca que Durán Barba aprovechó un contexto cultural global marcado por el deterioro de los grandes liderazgos. Nada de ideología ni especificidades. Instauró, en su lugar, una fenomenología del individualismo que interpela por fuera de lo colectivo. « Consiguieron instalar conversaciones sociales que fijan agenda alrededor de un puñado de ideas y asertos muy difíciles de rebatir mediante una reflexión crítica », dice Feldman.

¿Qué hay de la grieta ?

Es un término funcional a esa construcción. Una apelación a la emocionalidad. Esconde más de lo que revela. No es un descubrimiento del macrismo. Es un concepto utilizado por todos regímenes autoritarios y está en el centro de discurso cinicrático. La apelación a la grieta obtura la posibilidad de pensar las contradicciones. Busca generar odio e instaurar un enemigo único.

¿Cómo analiza en términos de la estrategia comunicacional del gobierno la elección de Pichetto ?

Puede que tenga diferencias con Macri, pero coincide en el uso del miedo. Pichetto confirma esa coincidencia cuando estigmatiza a los inmigrantes y califica a Kicillof como comunista, o cuando habla de los argentinos y de los judíos argentinos. Es un dinosaurio político, pero muy actual en el uso del miedo. Van a seguir polarizando. Pichetto, en términos de campaña, está para eso, para demonizar al kirchnerismo.

Las encuestas señalan que el macrismo no tiene buena recepción entre los jóvenes. ¿Cómo lo explica ?

Los análisis culturales registran dos cuestiones fundamentales entre los jóvenes. Son cuestiones que se mueven con los años, pero que siempre están. Una es la autenticidad, el ser auténtico. En esto a Macri le va muy mal. Sus puestas en escena son pésimas. Lo ven careta. La otra cuestión es la honestidad, que no tiene que ver con la corrupción, sino con la honestidad con uno mismo, con respetar los propios sentimientos. Lo mismo, lo ven falso. El rechazo se ve muy claro entre los *centennials*, los nativos de la era digital que se sumaron al electorado. Para ellos, el ser como sos es un valor fundamental. De ahí la importancia que cobra para este grupo las cuestiones de género y las identidades sexuales.

Se diría que entre los *millennials* les va algo mejor...

Porque es una generación bisagra. Tienen algo de los padres. Son muy narcisistas, necesitan de la libertad y el disfrute, pero al mismo tiempo reclaman seguridad. De todos modos, por más canchero que se quiera mostrar el macrismo, por más que anden en bicicleta y sin corbata, no hacen pie entre los *centennials* y casi nada entre los *millennials*.

Usted habló de que se puede ser medianamente optimista. ¿Cómo se batalla contra ese mecanismo de captura del sentido común ?

Lo esencial es generar un sistema de apelaciones muy amplio, una matriz de persuasión y de participación en la que entren todos los sectores afectados por el macrismo. Lo que Cristina llama contrato social. Que la sociedad vuelva a organizarse y recupere los valores colectivos. Hay que generar herramientas para repensar el desorden de vida en que están sumergidos amplios sectores. A partir de esa cosmovisión hay que poner el foco en un sentido común que habilite nuevas formas sociales de vida. La primera víctima de la cinicracia es la reflexión. Hay que revertir los mecanismos de manipulación, y esto, en términos del discurso político, es una tarea hartó compleja. Si ese es el objetivo, hay que mirar con mucha atención el movimiento feminista y la militancia juvenil, como ejemplos productores de otro lenguaje.

Saúl Feldman. Una entrevista de **Gabriel Bencivengo*** para [Socompa](#).

[Socompa](#). Buenos Aires, 1° de julio de 2019.

***Gabriel Bencivengo**. Periodista. Desarrolló su actividad en radio, gráfica, televisión e internet. Se desempeñó como redactor en el Diario Crónica y en la revista Flash. Realizó colaboraciones para el diario El País de Montevideo y las agencias de noticias Ansa y France Presse. Fue jefe de la sección Política del semanario Miradas al Sur. En televisión efectuó coberturas en Francia y Estados Unidos para la señal Crónica TV. También trabajo en los informativos de Radio Rivadavia y Radio Splendid. Desde 1987 se desempeña en LS1 Radio de la Ciudad.