

Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/L-unique-verite-est-la-realite>

L'unique vérité est la réalité

- Réflexions et travaux -

Date de mise en ligne : jeudi 22 août 2019

Description :

« L'unique vérité est la réalité ». La victoire de l'opposition aux primaires argentines va au-delà de ce simple fait. C'est le triomphe de la perception de la réalité des citoyens contre ceux qui n'ont pas réussi à les tromper par le biais d'une ingénierie communicationnelle. Cette réflexion est valable pour toute démocratie sous influence du marketing politique à travers le monde, à commencer par l'Europe...

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

La victoire de l'opposition aux primaires argentines va au-delà de ce simple fait. C'est le triomphe de la perception de la réalité des citoyens contre ceux qui n'ont pas réussi à les tromper par le biais d'une ingénierie communicationnelle. Cette réflexion est valable pour toute démocratie sous influence du marketing politique à travers le monde, à commencer par l'Europe. Carlos Debiasi

Par Lucas Zalduendo

En 2016, le Dictionnaire d'Oxford a déclaré la « *postvérité* » comme le mot de l'année et l'a ajouté au dictionnaire. La définition du mot disait que « *les faits objectifs sont moins influents dans l'opinion publique que les émotions et les croyances personnelles* ». La construction verbale de ce phénomène a été utilisée par les intellectuels du monde entier pour expliquer certains événements comme la victoire de Donald Trump en 2016 et le processus du Brexit, dépouillant ainsi ce qui était arrivé des autres variables. Était née [l'Ère de la post-vérité](#), un terme nouveau pour décrire un vieux phénomène.

Cependant, l'installation de ce concept, et ensuite celui de [fake news](#), ont modifié le point de vue sur certaines pratiques, qui étaient mal vues, vers un regard plus acceptable sur les mécanismes de désinformation. « L'institutionnalisation » de ces mots a pris une prépondérance sur des termes plus forts comme mensonge ou tromperie. [Fontanarrosa](#) a dit que certains mots sont irremplaçables, pour leur sonorité, force et pour leur formation physique. Aujourd'hui cela sonne mieux de parler de *fake news* avant que de *fausses nouvelles* ou d'*infox* mais, en plus d'être en anglais, cela ne met pas en évidence la dimension que supporte le contenu du terme. Le jargon inventé par *l'intelligentsia* mondiale cache plus qu'il ne met en lumière, en transformant la post-vérité en connaissance exclusive pour des intellectuels mais qui reste complexe pour le reste de la société. C'est-à-dire quand le phénomène est plus simple à comprendre, apparaissent « *les esprits qui troublent l'eau pour qu'elle semble plus profonde* », comme dirait Nietzsche.

Le gouvernement argentin de *Cambiamos* a gouverné sous cette hégémonie culturelle, en pensant qu'il lui suffisait seulement de « manier » les émotions et les sentiments des citoyens à travers du marketing politique. Danser, faire des histoires drôles, faire semblant et établir des concepts chargés de sentimentalité exagérée, hypocrite et banale ont été récurrents pendant la gestion macriste. Le consultant d'image et conseiller politique équatorien [Jaime Durán Barba](#), exalté jusqu'à hier comme un génie de la communication, le déclarait : « *Plus que chercher à ce que le citoyen comprenne les problèmes, nous devons obtenir qu'il sente de l'indignation, de la peine, de la joie, de la honte ou toute autre émotion* ». Et pour y parvenir, ils ont eu besoin d'un support matériel significatif : d'énormes budgets publicitaires, soutien indéfectible de grands médias, l'installation d'une armée de [trolls](#), un *coaching* constant des fonctionnaires et une centralisation inhabituelle autour du gourou Durán Barba, qui était finalement, pas plus qu'un conseiller d'image. Le Gouvernement s'est affairé à armer une ingénierie communicationnelle influencée par des théories archaïques de la communication, qui soutiennent que les personnes sont totalement manipulables.

Cependant, toute cette artillerie ne fut pas suffisante dans ces élections, parce qu'ils ont oublié un sujet fondamental : la politique. Quelque chose qu'ils ont toujours nié fermement. Les experts de la communication ont omis que la politique est aussi une question de communication. Et nous ne parlons pas du caractère médiatique, mais de la question relationnelle. Cette dimension à laquelle, oui, a cru Alberto Fernández pour générer des consensus, pour négocier et obtenir l'unité. Axel Kicillof l'a aussi fait en parcourant toute la province de Buenos Aires avec sa Renault Clio, sans transformer en parade publicitaire son passage et en essayant d'établir un lien avec les gens.

La raclée des primaires a reflété qu'il y avait des besoins que même le marketing ne pouvait maquiller. Alberto a gagné une bataille culturelle. Mais pas seulement sur le *macrisme* ou sur *duránbarbisme*. Elle a été gagnée surtout

sur *l'Ère de la Post-vérité*. À une époque qui insiste avec la notion que les idéologies n'existent plus, Alberto a gagné cette bataille en suivant un vieil axiome du péronisme : « **l'unique vérité est la réalité** ».

Lucas Zalduendo* pour [Página 12](#)

* Lucas Zalduendo diplômé en Communication UBA

[Página 12](#). Buenos Aires, le 21 août 2019

Traduit de l'espagnol pour [El Correo de la Diaspora](#) par : Estelle et Carlos Debiasi

[El Correo de la Diaspora](#). Paris, le 22 août 2019

[\[Contrat Creative Commons\]](#)

Cette création par <http://www.elcorreo.eu.org> est mise à disposition selon les termes de la [licence Creative Commons Paternité - Pas de Modification 3.0 Unported](#). Basée sur une oeuvre de www.elcorreo.eu.org.