

Macri y los pobres de diseño

CARLOS A. VILLALBA :: 19/10/2016

La única forma de mantener el discurso de la "revolución de alegría" y el "gurú de la felicidad" fue seguir inventando. Y llegó el segundo invento, "el pobre" propio

El gobierno gestual de Mauricio Macri, Jaime Rolando Durán Barba y Marcos Peña se apoya una y otra vez en su propio relato, sin buscar los anclajes a lo real que lo sustenten. Basta recorrer las calles de las principales ciudades argentinas, con familias enteras viviendo a la intemperie y miles de personas escarbando en los tachos de basura, para comprobar que el predicado paraíso de felicidad no existe.

La Argentina actual sufre bajo el gobierno que le hizo más daño en menos tiempo. Aumentó la exclusión, la pobreza, el desempleo, la represión, el hambre, el frío en casuchas sin calefaccionar... En pocos meses, los indicadores también empezarán a hablar del aumento del analfabetismo, de más enfermedades y muertes infantiles.

A partir de diciembre, la vida de argentinas y argentinos cambió de manera descomunal. Vuelven los merenderos y los chicos esperan que las escuelas abran sus puertas para comer su único plato del día; zaguanes, entradas de edificios, cines y teatros son el único techo de familias enteras que volvieron a situación de calle. Los tachos de basura de restaurantes, verdulerías y casas de comida son de nuevo la góndola en la que miles de personas consiguen sus restos diarios. Cerca de 600 mil trabajadores perdieron su puesto o su "changa" y empiezan a timbrar los barrios pidiendo comida, millones más los miran de reojo palpitando un penoso y probable futuro semejante. Todos cambiaron alguna de sus costumbres diarias, desde el medio de transporte, hasta sus hábitos de consumo, ajustando una situación en la que muchos viven en la pobreza y al borde de la miseria y los demás, todos los demás, están peor que hace pocos meses.

Pobres de verdad

El miércoles 28 de septiembre, pantallas, diarios tabloide, sábanas centenarias, radios, portales digitales, todos los medios se llenaron de números y porcentajes como 32,2% y 6,3% u 8,7 millones, que después llegaron a 14 y 1,7 millones que rápido treparon a 2,74.

Después la comparación. El presidente de un país empobrecido por sus propias políticas aseguró que, a partir de ese día -28 de septiembre- sí se podrían medir sus actos. El famoso cine continuado pero que no empieza cuando usted llega sino cuando el mandatario lo decide. Y lo decidió ese miércoles primaveral.

Antes incluso de asumir, el inminente ministro de Finanzas, Alfonso Prat Gay, disparó la inflación, los precios y, por supuesto, la pobreza que saltó del 19,8% del último noviembre kirchnerista al 32,1% del junio macrista que acaba de anunciar Jorge Todesca. Ese más de 12% significa un aumento de 5,38 millones de nuevos pobres en 9 meses de gestión de administración del Estado por parte de las corporaciones.

Los datos de la Universidad Católica Argentina también denunciaron que las políticas de Macri generaron nuevos pobres en poco tiempo, aunque los redujo a 1,4 millones entre diciembre 2015 y abril 2016. Es decir que en la Argentina se instaló una fábrica de pobres. Se pueden discutir cifras, se pueden tirar la pelota desde el presente a la "pesada herencia", desde la "década ganada" al gobierno de los grupos económicos oligárquicos. Lo cierto es que en el medio habitan, sobreviven, 14 millones de argentinas y argentinos empobrecidos en un país cargado de recursos.

Muchas veces, después del impacto inicial que provocan los números, se naturaliza la situación. Sin embargo ellos siguen ahí, padecen del mismo modo que lo hacían antes de que el INDEC los descubriese.

El terremoto que no fue

Macri mira a la cámara y dice que tiene conciencia de la dureza de las medidas que adopta, que sufre por la gente. Vuelve a mirar y sostiene que los próceres se angustiaron al decidir ser independientes de España, su metrópoli, y de toda otra dominación extranjera. Macri puede decir cualquier cosa, dicho esto no en el sentido de que todo ciudadano argentino puede gozar de la libertad de ser libre, sino en cuanto recorre el camino del guión trazado por quienes lo manejan, sin importarle la veracidad, la importancia o la justeza de sus afirmaciones.

De ese modo llegó a la principal creación de su administración: la catástrofe kirchnerista. Allí donde había avances económicos, políticos y sociales, la Alianza PRO-UCR inventó la "pesada herencia", la misma que traduce al inglés y convierte en virtuosa en pos de vender deuda externa para pagarle a los fondos buitres y, meses después, para contarles a qué país vinieron los gerentes mundiales de las empresas que disfrutaron de la maravilla del Centro Cultural... Kirchner.

Con la fantasía de disimular el ajuste descarnado que implementa, el gobierno inventó el terremoto que no existió, el desastre que no fue y utilizó con gran habilidad la disposición de sus cómplices judiciales, de los servicios de inteligencia que pusieron a remate sus datos obtenidos sin autorización y, muy especialmente, de los medios de comunicación que siempre blindaron su paso por el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y ahora lo siguen haciendo, a cambio de poner funcionarios en la administración central, destruir la Ley de Medios Audiovisuales por decreto o de alzarse con empresas como Nextel y meterse en el mercado de las tecnologías que le permitirán entregar servicios simultáneos de voz, datos, TV por cable e Internet.

Pobres de diseño

Macri habla poco y dice menos aún. La pobreza de su relato apunta, como la de cualquier pastor electrónico, a que sus públicos -cuidadosamente elegidos y vigilados- tengan poco que entender y se dediquen a "vivir con fe y sin saber con fe en qué", como aquellos "Inundados" de Os Paralamas do Sucesso, a los que el PRO hubiese condenado al éxtasis adormecedor del "sí se puede", también sin saber qué ni cómo.

La única forma de mantener el discurso de la "revolución de alegría" y el "gurú de la felicidad" fue seguir inventando. Y llegó la segunda gran invención, la de "el pobre" propio, como quien se precia de tener un amigo judío, musulmán, negro... o verde, da lo mismo. Macri y sus actores de reparto, la mayoría con rango ministerial, parlamentario, de gobernadora y hasta de hija, "bajan" hasta los timbres de los barrios.

El montaje de predicador doméstico que camina el presidente busca generar una imagen de "cercanía con la gente" a partir de visitas programadas a determinadas casas de familia, que hasta lo llevaron a "andar en colectivo con vecinos", a "pedir el baño a una vecina" o a "comer un choripán en la ruta", siempre mencionando el nombre de la elegida o el designado por el libreto de su equipo.

Es así, aparecen personajes como Liliana, la maestra honrada por las necesidades presidenciales que "se supone que todas las personas tienen", o Alfredo y su mujer, la pareja de vendedores de tortas santiagueñas que trabajan a la vera de la ruta provincial santafesina que pasa por Cuatro Esquinas, o los vecinos de Pilar usuarios de la línea 520, a quienes el aparato de seguridad presidencial subió junto a Macri para la puesta en escena de un viaje en un colectivo que no estaba en una parada, ni en su terminal, ni en su ruta, sino en un descampado, rodeado de custodios como los que protegen a Obama y garantizaron la tranquilidad de sonrisas pautadas.

Los "grupos focales" contratados para "saber" qué piensa la gente -práctica que también encandila a Sergio Massa- determinan el puñado de frases que deberá balbucear el mandatario a posteriori y la selección de los hogares que serán contactados para que Macri y María Eugenia Vidal visiten después del acuerdo con sus habitantes. (Esta nota prefiere no mencionar a Antonia porque, a pesar de que su padre la use, la crónica no tiene por qué cometer semejante abuso con una nena tan nena y tan encantadora como toda nena).

Pura tecnología comunicacional destinada a maquillar un proceso de toma de decisiones definido por los intereses de los grupos más concentrados de la economía. Técnicas que arman los textos de predicador del mandatario y en las que se basaron piezas publicitarias del Gobierno, como el referido a "Qué se necesita para hacer una empanada" o aquel que prometía "Empezás el lunes" a trabajar en una mueblería, la "de Maccari", que en realidad estaba fundida por las políticas macristas. Un spot publicitario que adelanta el destino de un país.

www.revistazoom.com.ar

<https://www.lahaine.org/mundo.php/macri-y-los-pobres-de>