

SCRIBANO, Adrián. "Banalización del bien: o el 'amor' em tiempos de cólera". *RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*, v. 15, n. 44, p. 187-197, agosto de 2016. ISSN: 1676-8965.

DOSSIÊ

<http://www.cchla.ufpb.br/rbse/Index.html>

Banalización del Bien: o el "amor" en tiempos de cólera

Banalização do Bem: ou o "amor" nos tempos da cólera

Banalization of Good: or "love" in the time of cholera

Adrián Scribano

Resumo: Parafraseando o que supôs Tzvetan Todorov (1993), foi realizada uma transposição metafórica da ideia importante de Hannah Arendt sobre a banalidade do mal - além dos mal-entendidos que podem provocar - como um pivô para descrever uma prática social que tem alcançado uma importante pregnância institucional: a banalidade do bem. Próximo à lógica de resíduos e as políticas de perversão, a banalização do bem (a seguir BdB) é uma trindade de círculo mágico de poder dedicada à estruturação do regulamento de sensações e gestão de geometrias de corpos na atualidade. A BdB é, neste sentido, um componente central dos processos caracterizados de estruturação social para a normalização no gozo imediato através do consumo espetacularizado e as relações sociais. A partir desta perspectiva, a BdB se conecta diretamente às diversas formas de consumo e aos eixos de políticas públicas: variando do consumo mimético ao compensatório. O principal objetivo deste artigo é mostrar como a BdB opera em termos de políticas públicas que permeiam a complexidade dos processos de estruturação social. Para atingir este objetivo, selecionamos a seguinte estratégia argumentativa: a) caracterizar a BdB e seus componentes principais, b) deixar claro a BdB como um processo c) realizar uma análise do ENAMORAR, um programa do Ministério do Planejamento Federal e Cultura da Nação pela Secretaria de Prevenção da Toxicod dependência e da Luta contra o Narcotráfico (SEDRONAR). **Palavras-chave:** banalização do bem, sensibilidades sociais, desfrute, consumo, ordem pública, estrutura social

¿Es este un caso antológico de mala fe, de mentiroso autoengaño combinado con estupidez ultrajante? ¿O es simplemente el caso del criminal eternamente impenitente (Dostoievski en una ocasión cuenta que en Siberia, entre docenas de asesinos, violadores y ladrones, nunca conoció a un solo hombre que admitiera haber obrado mal), que no puede soportar enfrentarse con la realidad porque su crimen ha pasado a ser parte de ella? Hannah Arendt (1963)

una transposición metafórica de la importante idea de Hannah Arendt sobre la banalidad del mal –más allá de los malos entendidos que pueda provocar– como pivote para describir una práctica social que ha logrado una importante pregnancia institucional: la banalización del bien.

La remera del Che Guevara, la hoz y el martillo estampados en alguna prenda, el vino con la cara de Perón y Evita¹ y

Parafraseando lo que sostuvo Tzvetan Todorov (1993), hemos realizado

¹Se hace alusión a "El Justicialista", vino tinto elaborado por la bodega argentina Las Colonias. Su nombre hace honor al Partido Justicialista (JP) que

cientos de objetos más dedicados a ser “*merchandise progre*”² son sólo testimonios pasivos de uno de los aspectos de la banalización del bien como rasgo de la estructura de la sensibilidades aceptadas y aceptables que se han impuesto en las últimas dos décadas en Argentina.

Junto a la lógica del desecho y las políticas de la perversión (Scribano, 2015a, 2015b), la banalización del bien (en adelante, BdB) constituye una trinidad del círculo mágico del poder dedicado a la estructuración de la regulación de las sensaciones y gestión de las geometrías de los cuerpos en la actualidad.

La BdB es, en este sentido, un componente central de los procesos de estructuración social caracterizados por la normalización en el disfrute inmediato a través del consumo en y por relaciones sociales espectacularizadas (SCRIBANO, 2013a).

Desde esta perspectiva, la BdB se conecta directamente con las diversas modalidades de consumo como ejes de las políticas públicas: que van desde el consumo mimético al compensatorio (Scribano, 2015c).

El objetivo central del presente trabajo es mostrar cómo la BdB opera en términos de una política pública impregnando la complejidad de los procesos de estructuración social. Para lograr dicho objetivo hemos seleccionado la siguiente estrategia argumentativa: a) caracterizamos la banalización del bien con sus componentes centrales, b) hacemos evidente a la BdB en tanto proceso y c) realizamos un análisis de ENAMORAR, un programa de los Ministerios de Planificación Federal y Cultura de la Nación junto a la Secretaría de Pro-

gramación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico (Sedronar).

Apresuremos dos aclaraciones. A) Nuestro análisis se refiere a un proceso estructural que no hay por qué pensar finalizado o “transformado” con las modificaciones en el sistema político institucional. Se refiere a un rasgo del capitalismo global contemporáneo ejemplificado con una política pública particular. “Lamentablemente” para los científicos sociales la realidad social no es ni sustancial ni binaria, es mucho más compleja. B) Desde hace tiempo venimos insistiendo en el amor (SCRIBANO, 2010) como una práctica intersticial que desmiente el régimen de verdad de la actual economía política de la moral; cuestión que no hay que confundir con los efectos de BdB que implica la política pública aquí analizada.

La Banalización del Bien: características y superficie de inscripción

La BdB tiene al menos seis características básicas que se enhebran en dos pares de tríadas elíptica y dialécticamente dispuestas: 1) *fetichismo-dogma-heteronomía*³ y 2) *épica-gesto-narración*.

Dichas tríadas se inscriben y despliegan en un espacio irregular cualificado por cuatro nodos complementarios de la resignación, en tanto componente de la religión neo-colonial⁴: *consolación / generosidad*⁵ / *conmiseración / miserabilismo*⁶.

El fetichismo es la faceta mercantilizadora que atraviesa, convierte e invierte lo subversivo en nuevo estatus del orden. En contextos de BdB, los fetiches devienen dogmas de una economía política de la moral que niega toda forma de autonomía. El proceso de la primera tríada elíptica se

Perón fundó en 1947. Herbert Ditsch es el dueño de la bodega, ubicada en Mendoza. "Éste es el primer vino político de la Argentina", aseguró Ditsch en declaraciones a la prensa, olvidándose de “Menem”, un vino similar de la década de los 90’.

²Se ha comercializado ropa íntima femenina con la cara estampada de un ministro de economía <http://www.mendozapost.com/nota/22337-insolito-venden-bombachas-con-la-cara-de-kicillof-en-la-ex-esma/>

³Una de las posibles referencias para comprender esta tríada es Fanon, 1973.

⁴Para nuestra mirada sobre religión y capitalismo, CFR Scribano, 2012a, 2012b, 2013b.

⁵Para la lógica de la generosidad, CFR Freire, 2000.

⁶ Para una visión próxima a la aquí presentada sobre miserabilismo, CFR Grignon y Passeron, 1991.

estructura en tensión con una segunda tríada donde la épica reducida a ficcionalización en y a través de una mueca que obtura los gestos de unas ideologías confinadas a ser sólo narraciones impotentes son sacralizadas.

Siguiendo la primera tríada tensional que caracteriza la BdB, se recorre la dialéctica fetiche-dogma-heteronomía que marca las modalidades de la sesión de derechos y utopías que ella implica.

El diseño, producción, gestión y reproducción de objetos que reemplacen/suelden las faltas/fallas humanas es, desde el inicio del capitalismo, la clave de bóveda de un sistema regido por las leyes y la voluntad de los objetos. Los hombres depositamos y trasladamos hacia lo fetichizado el poder de sanar, embellecer, componer y/o transformar. Por esta vía, en contextos de BdB, los objetos, procesos y/o sujetos utilizados se seleccionan desde su poder de fetiche en y a través de su mercantilización. “Postear” revolución es tan fuerte como hacer la revolución pues, reducida al “like” en Facebook, ella es manejable en términos de la participación en y a través de su compra/venta.

Una vez inscriptas en el neblinoso mundo de la religión, las creencias en los objetos se vuelven dogmas. No hay nada que uno no pudiera hacer por estar/tener/experimentar ese objeto que carga de sentido las faltas/fallas de una vida que “re-cobra” sentido en y a través del círculo mágico del poder de esos objetos. En tanto delimitadores de creencias, los objetos adquieren potencia existencial y trazan las fronteras del “no pasarán” usando las remeras, las participaciones en el muro de “Face” y las estéticas sesentistas como mojonas de “lo único verdadero”.

Se prepara así el camino para la no autonomía como un ideal para ser practicado⁷: seguir, obedecer, bancar, aguantar, acatar y aportar son los verbos de unas subjetividades heterónomas. Resguardados por la amenaza de la conspiración, del mundo

⁷Sobre la pérdida de autonomía y un modo de comprender la BdB, CFR Memmi, 1969.

de amigos/enemigos o por el miserabilismo vanguardista, entre otras estrategias, los sujetos pasan a ser “militantes de un proyecto” y no agentes de una transformación radical.

Ahora bien, si se recorre la segunda tríada que cualifica la BdB, y que se trama en las torsiones entre *épica-gestonarración*, en unos de sus modos se encuentra al “como si”, en tanto regla de los intercambios sociales.

Como la sociedad es un espectáculo sacrificial todo debe sonar como un canto épico. Una condición de posibilidad de la experiencia del espectador/creyente es la creación de héroes y la manipulación de leyendas. Desde la magia del sabor-saber que implica el comer revolucionario⁸, pasando por la juventud maravillosa de los ‘70 hasta llegar al “militante tuitero”, todas son lecturas épicas dispuestas en superficies tramadas en y desde fantasías sociales.

En cuanto el aparecer es un momento central de las sociedades donde prevalece la sensibilidad del todo, se muestra y se experimenta en el trazo de lo épico lo mímico deviene central. Imitar, parodiar y copiar son prácticas sociales nodales para una política de la sensibilidad que entabla como principio de credibilidad el formar la mímica de una acción épica. Muestra de ello es tomar el *pop art* de Andy Warhol y transformarlo en arte Nac & Pop re-usando su famosa Marilyn, sólo para mencionar un ejemplo⁹, para campañas políticas y sus “tácticas” de publicista, sin reparar ni en la crítica a esa práctica ni en el “espíritu” del autor.

En relación directa con la épica y la mímica se elabora unas políticas de los cuerpos/emociones aceptadas y aceptables

⁸Se hace alusión aquí a los restaurantes temáticos “El General”, “Perón-Perón”, “Los Octubre”, “El Revolucionario”, sin dejar de mencionar una casa de comidas rápidas (ahora, cerrada por quiebra) llamada directamente “Nac & Pop”

⁹En Mercado Libre pueden encontrarse muchos ejemplos más:
<http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-607499979-pop-art-cuadro-del-eternauta-che-evitane-stor-kirchner- JM>

en términos de una narración. Relatos, cuentos y crónicas se traman como soporte del contar, del presentar historias y de formas del argumentar. Un indicador interesante de esta “preocupación” por el narrar es la persistente actividad mediática –en redes sociales y en Internet, en general– erigiéndose dichos lugares como trincheras de una “lucha por el narrar”.

Estas dos tríadas son, en definitiva, momentos de un mismo movimiento helicoidal donde cada uno de sus momentos advienen en tensión con el otro y con el pasar en distintos tiempos por el mismo lugar, pero en un “estado de cosas” diferentes. Así *fetichismo-dogma-heteronomía* y *épica-gesto-narración* integran los rasgos de la BdB y se ubican en una superficie de inscripción constituida/dibujada en el marco de cuatro puntos que interactúan geométricamente:

Consolación / generosidad / conmiseración / miserabilismo

La BdB es un rasgo básico de la sensibilidades actuales que encuentra en la laicización de prácticas del sentir eclesiales un más que adecuado contexto de performace y proliferación.

La consolación es uno de ellos. Vaciado de su contenido, implica dar alivio, calmar y apaciguar; tres prácticas que en los últimos 40 años en Latinoamérica han devenido claves de bóveda de la paz social en y a través de la políticas sociales y las transferencias condicionadas de ingresos. Uno de los mojones de la superficie de inscripción de los rasgos centrales de la BdB es la acción sistemática del estado por “acolchonar” las heridas y conflictos provenientes de las desigualdades.

La generosidad adviene como resultado de otro desfundamiento que hunde sus raíces en el rasgo particular heredado familiarmente de ser capaz de dar. Lo magnánimo, lo bueno y el “dar sin mirar a quién” se instala en la institucionalización de los programas de responsabilidad social empresarial y en las políticas de trabajo decente que hacen evidente la convivencia del Estado y las empresas. La actitud del dar

se enhebra con lo que en otro lugar hemos denominado “pérdida del don”, retrabajando el concepto de Mauss (SCRIBANO, 2014). El que se “beneficia” es el que da; deja de existir la reciprocidad.

Otro de los polos que trazan la superficie de inscripción de las tríadas que hemos enunciado como rasgos centrales de la BdB es la conmiseración. Como una modalidad de empatía individual es una práctica que se erige como ejercicio de la pena y la compasión. La elisión de sentidos que implica una política de los cuerpos/emociones tiene en la conmiseración un mecanismo de soportabilidad social que permite no ver el origen de las desigualdades anclando el sufrimiento del otro en sus rasgos individuales y reduciendo la acción posible a la sensación de pena individual del que mira. La miseria queda intacta.

El cuadrilátero de mojones de la BdB se completa con el miserabilismo donde aparece claramente la consagración y condescendencia con la miseria como parámetro de toda práctica externa a ella mima. Se configura una sensibilidad del “pobrecito el pobrecito”, de la “identificación con el que sufre”, dejando atrás la potencia del otro y sus posibilidades de autonomía. Se tensa así el espacio hacia una comprensión miserable de la miseria, hacia una configuración de la miseria como medida de toda ayuda.

Las tríadas descritas y los mojones del “cuadrilátero” que opera como superficie de inscripción se instancian, actualizan y presentifican en modalidades procesuales. En el próximo apartado ofrecemos una mirada esquemática sobre ello.

La Banalización del Bien: procesos y producciones

Los rasgos de la BdB se aquilatan, potencian y comprenden mejor si es posible, al menos parcialmente, indagar cómo se produce y/o cuáles procesos implica.

El procedimiento es sencillo. Se seleccionan los contenidos y sentidos cuya aceptación y prestigio son parte de: a) una historia fundacional común, b) implican

personajes de valencia mítica y c) acciones asociadas a gestas heroicas. Estos objetos, procesos y personajes son puestos al servicio de una acción y/o eventos que tienen carácter particular con pretensiones de universalización; son literalmente procesados. Se inscriben en producciones de resultados “benevolentes” que, al licuar la evocación emocional originaria, vacían de verdad a la verdad. Al estetizarse y masificarse aquello que invocaba la fuerza moral del bien se desfonda y se reduce a un mero proceso.

En la actualidad, la BdB puede ser observada en tres aspectos de la estética en tanto política: el desfondamiento de los contenidos referidos a “lo revolucionario”, la pérdida/extravío de un “final feliz” para la historia, y la re-inención de lo colectivo resuelto en términos de una “nueva” individualización.

Es en este marco de los procesos de la BdB que emerge con fuerza el lugar de la ficción. Si bien “ficcionalizar” y “fingir” no son prácticas equivalentes, aquí atraviesan lo “procesual” desde tres ejes: a) una sociedad del “como sí”, donde lo realmente importante es el representar / dramatizar la experiencia, no vivirla; b) una sociedad donde “el tener experiencias fuertes/profundas” es un imperativo de la economía política de la moral; y c) la hiperbolización del aparentar como anverso solidario pornográfico de lo “auténtico”

Tener una experiencia y vivir una experiencia se vuelven, en muchas ocasiones, la práctica de comprar dicha experiencia o de “hacer-de-cuenta-que-he-vivido”. La BdB es un impostar en su traslado metafórico del controlar y manipular un estado de cosas para que aparezca, para que emerja. No hace falta vivir; alcanza con hacer ver que he vivido. No hace falta creer; sobra con mostrar que creo.

El tener experiencias intensas, profundas, variadas y múltiples deviene un eslabón central de una moral que exige “salirse-para-estar”. La comida, el show, el viaje, la experienciación de sexualidades y la política, entre muchas otras, se transforman en “lugares” por donde pasar y expe-

rimentar al riesgo de no ser reconocido “si-no-se-pasa-por-eso”. El saltar desde puentes, el atravesar rápidos, el volar en ala delta se han transformado en modelos del experimentar aplicados a las más diversas prácticas sociales que compiten unas con otras por su “rating” en un tiempo-espacio particular.

En este marco, en la BdB lo auténtico es vivido desde la exageración que implica la pornografía de un aparentar hiperbolizado. Para ser hay que parecerlo, pero enfáticamente. Para pertenecer hay que declararse pomposamente “miembro de”; para ser lo que realmente se quiere ser hay que aparentarlo radicalmente.

El “como sí”, la impostación, la intensidad y la hiperbolización son rasgos básicos de las prácticas del sentir que exige y anuda la BdB en su procesamiento.

En estos contextos se hilvanan las diversas formas de BdB que implican la maximización del “cinismo” como estructura de la cotidiana aceptación de la imposibilidad. “Está bien”, “es bueno”, “hago bien” cuando acepto que lo posible es lo que debo hacer: el realismo político es llevado a su máxima expresión por medio de la sacralización de la no posibilidad. La BdB es instaurar lo políticamente incorrecto como corrección política, sabiendo que en ello se pierde el contenido y la forma de la incorrección. Motivo por el cual la actual forma de cinismo es una radical negación a lo que en él hay de crítica social. No estar “*atrapado por las correcciones políticas*” son las correcciones políticas en vigencia. El bien como meta, como estado y como parámetro se desfonda, se des-realiza y disuelve, no ya como única referencia colectiva sino (y radicalmente) como marca para la acción individual.

La banalización del bien es el anverso solidario de la banalización del mal, construyendo un mundo donde lo único que vale es aquello que se establece vía mercantilización de las sensibilidades. Es la politización de la resignación cínica donde ya nada será “alcanzado” sin la negociación de y con su falla.

El juego revolución /transformación /cambio es un claro ejemplo. Lo que comenzó como la venta de las remeras del Che Guevara terminó en la revolución co-creada del cuidado del pelo femenino¹⁰. No es solamente la negación de la realización totalizante de una acción, sino que se trata de la imposición substancializante de su radical imposibilidad a través de su masificación/vulgarización y la megareproducción de la pérdida de toda aura posible.

En este contexto es posible identificar aún tres modalidades más de caracterizar los procesos que implica la BdB: a) es un modo de hiperestetización del horror; b) es una modalidad de resignación radical; y c) es una manera de oclusión conflictual

Un momento horroroso de la realidad social es transformado, a través de un giro estético, en una hiperrealidad estetizante. Los contextos de desventaja y desigualdad, que regresan siempre en su forma horrorosa en un más acá de la “potencia” estatal, se convierten en espacios/tiempos mágicos cuya valía es conferida por la presencia de un ícono de lo estético. En la premura por conjugar el mal en y por las palabras, el marketing y la magia se unen para hacer una acción describiéndola artísticamente. La práctica deja lugar a la performatividad de la palabra que disuelve, en su impacto en lo real, lo que haya en él de horror. La BdB es una modulación de la espera que se radicaliza. La resignación se naturaliza como destino democrático, como virtud cívica y como aceptación desapercibida de la in-transformable realidad, ahora devenida virtud: aceptar los límites no solamente es lo políticamente correcto, es una sensibilidad que debe ser premiada. Horror y resignación conjuran los conflic-

¹⁰Se alude a la línea de productos *Sedal co-creation* donde se hace referencia directa a la transformación que implica el asociarse con expertos para co-crear nuevas maneras de cuidar el cabello. Campaña orientada directamente al “blanqueamiento global” y consolidación de una de la grandes compañías multinacionales de “cuidado personal”. Véase: <http://www.sedal.com.ar/articulo/detalle/454258/-toptips-mitosyverdades>

tos, los alejan y diluyen. Si se vive en el Purgatorio, la llegada al cielo es sólo cuestión de tiempo. La BdB opera, procesa y tritura la resistencia a la seducción de aceptar el ofrecimiento de que el futuro dirá.

En los tres últimos años en Argentina se concertó el diseño e implementación de una política pública interministerial que, con carácter de “programa nacional”, es un claro ejemplo de BdB. En lo que sigue sintetizamos un análisis sobre ella.

ENAMORAR: El amor como política pública

Insistamos!!! Un punto nodal de la estructura de la BdB es su faceta de ser presentada como y el de evocar un “bien”. Es innegable su anclaje en objetos, procesos y/o personajes que evocan contenidos “afectivos positivos” de la economía política de la moral y, con ello, la “simpatía” de muchos. Éste es el caso para el conjunto de políticas estatales llevadas adelante por los Ministerios de Planificación Federal y Cultura de la Nación junto a la Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico (Sedronar) denominadas: “ENAMORAR. El amor en movimiento”.

“Enamorar surge como política pública a partir del Primer Coloquio La Patria es el Otro, cuatro jornadas realizadas en diciembre de 2013 con el objetivo de reflexionar sobre los valores vinculados con la construcción de la Argentina”¹¹.

Esta vinculación y evocación se produce de diversas formas: a) por una invocación a los contenidos emocionales socialmente aceptados en torno a los objetos, b) por la gestión de la transposición de las valencias afectivas que contienen y c) por la omisión sistemática de explicitación de los rasgos de su nueva superficie de inscripción.

Es obvio que si una política pública se propone gestionar amor, el interés de la administración gubernamental por estable-

¹¹<http://www.enamorar.gob.ar/index.php/institucional.html>

cer políticas de las sensibilidades es clara. Es evidente que el amor, “*como un sentimiento que nos atraviesa a todos*”, tiene una carga emotiva muy fuerte capaz de generar empatía y simpatía para el que “produce buena onda”. Es innecesario argumentar en dirección de la potencialidad de manipulación de una acción que está realizada en nombre del amor.

ENAMORAR es la apoteosis hiperbólica de BdB. Es tomar el amor como objeto de intercambio y ponerlo al servicio de intereses particulares; dos de las características más claramente criticadas de cualquier política pública. Veamos unos pocos rasgos de su estructura, contenido y acciones.

Lo universal como masivo: “todos” no es lo mismo que universal, y “muchísimos”, tampoco. ENAMORAR reclama para sí la posición de un particular que se actualiza como universal. Siendo ésta la operación discursiva y conceptual más ensayada desde de 2003 al 2016 por el Estado Nacional, desplazada aquí a lo normativo, la emocionalización y espectacularización de la vida adquieren unos contenidos y dimensiones diferentes.

Un ejemplo de las acciones publicitadas por el programa fue “Enamorar y Misión Familia hicieron vibrar Tecnópolis”, el 16 de noviembre de 2015.

Más de 70 mil personas disfrutaron este domingo del festival Misión Familia. El evento contó con la presencia de oradores nacionales e internacionales, como el alemán Reinhard Bonnke, el predicador Carlos Annacondia y el pastor Osvaldo Carnival, además de recitales de los reconocidos artistas de la música cristiana Rescate y En Espíritu & En Verdad. (...) Catedral de la Fe es una de las ONG adheridas al Programa Enamorar, la primera política pública que fortalece a las organizaciones de la sociedad civil a través de herramientas de gestión que brinda el Estado Nacional. Enamorar reconoce la trayectoria, el conocimiento y la experiencia de las organizaciones en tanto actores clave para el desarrollo nacional y coopera con ellas en el fomento de valo-

res universales como el amor, la paz, la solidaridad y la responsabilidad social¹².

Libros de marca, identidad de marca, diseños de marca son productos promocionados por ENAMORAR en una clara referencia que el amor en el que se está pensando se vincula, al menos en sus formas, en los procesos de mercantilización y marketing que el sistema capitalista ha consagrado como modalidades de elaboración de emociones.

Esta iniciativa pone a disposición de las organizaciones de la sociedad civil e instituciones privadas que acompañen su misión un paquete de recursos tecnológicos, audiovisuales y digitales, más una amplia serie de herramientas de gestión que faciliten su labor diaria en pos de la difusión y práctica de los valores universales. (...) En este sentido, unos 53 sitios web, 45 manuales de marca y 40 videos institucionales ya se han realizado. Por otra parte, también se han logrado instalar decenas de centros de formación digital y cultural en instalaciones de las respectivas ONG¹³.

La apelación a valores universales, en tanto elementos comunes a lo religioso como marco que encuadra lo que en ellos hay de diversidad, señala claramente cómo el programa refiere conceptualmente a las creencias religiosas como referencia de la moral pública. En dos de los epígrafes del libro *La Patria es el Otro* (2015) se puede leer:

Celebro ver estas caras de compromiso en el territorio. Antes de estar acá le decía “misionar”, ahora le digo “militar”, que es lo mismo, porque militar es poner la mirada en el otro”. Juan Carlos Molina, Secretario de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico (SEDRO-NAR)

¹²http://www.enamorar.gob.ar/index.php/novedades/enamorar_y_mision_familia_hicieron_vibrar_tecnopolis.html

¹³http://www.enamorar.gob.ar/index.php/novedades/enamorar_cumple_su_primer_aniversario.html

Creemos fundamentalmente en la capacidad del hombre de transformar la realidad para poder generar mejores condiciones de vida para el prójimo. Julio De Vido Ministro de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.

Música, diseño web, cine, teatro, centros de rehabilitación, todos hilvanados por el “mismo sentir”: trabajo por el prójimo/ por el necesitado, conecta a ENAMORAR con las formas de beneficencia y caridad de los primeros esfuerzos realizados desde el siglo XIX en esa dirección.

En articulación con lo religioso del punto anterior y este del espectáculo, se conecta la siguiente noticia de la web oficial del programa:

El sueño cumplido de Belén Cabrera. 23 de abril de 2015. La joven cantante es una de las revelaciones de Creyendo, eje de Enamorar para el fomento de valores religiosos a través del arte. El sábado pasado cantó en Luján, en el mismo escenario por el que pasaron Axel, Proclamación y Metanoia, entre otros. La próxima semana grabará en el CIAM.¹⁴

Con el título “Una multitud participó del Festival Enamorar en Tecnópolis”, la página web del programa difundía una actividad llevada a cabo el 20 de octubre de 2014:

Unas 150 mil personas asistieron este sábado 18 y domingo 19 de octubre al Festival Enamorar, que se realizó en Tecnópolis y que contó con los imponentes recitales de Marcos Witt, Soledad Pastorutti, Junase y Rosa de Saron, entre otros, ante un público que vibró y brilló a todo ritmo¹⁵.

La mirada técnica que subyace a lo que se denomina “Herramientas de Gestión”, que involucra una serie de ejes, entre ellos el de VITALIZACIÓN, implica sostener, al menos parcialmente, una perspec-

tiva de racionalidad instrumental que tensiona y contradice el énfasis puesto en las creencias y los valores claramente intervenidas desde estas herramientas a través de las gestiones de sensibilidades.

El eje Vitalización plantea la formación de equipos de trabajo para difundir valores universales y llevarlos a la práctica. Los vitalizadores están formados para la realización de actividades sociales, productivas y culturales que surgen del trabajo territorial con las organizaciones de base comunitaria¹⁶.

La explícita alusión a la contención involucra el sujetar y se conecta con el espectáculo. La contención presentada como acción positiva vinculada a “acolchonar” conflictos y diluir percepciones de amenaza. Respecto a la herramienta de Vitalización que ya hemos mencionado la web enuncia también:

Su objetivo es acompañar, contener y fortalecer las comunidades locales(...) El Vitalizador de la organización tiene un rol fundamental en el despliegue territorial de Enamorar como educador, acompañante espiritual y generador de actividades y proyectos¹⁷.

El hecho de que ENAMORAR comience con una alocución presidencial, haya continuado con un encuentro de especialistas, seguida de una articulación con y de las ONGs, y luego se haya convertido en una política pública, habla a las claras que los modos de crear y organizar el programa tienen rasgos dirigistas y con una orientación de arriba hacia abajo.

Fueron las palabras pronunciadas por la presidenta el 2 de abril de 2013 las que inspiraron el coloquio de valores que aquí se presenta sistematizado bajo la forma de un libro. La conjugación en una misma frase de dos nociones conceptualmente antagónicas, la patria y los otros, construidas a lo largo de la historia de las ideas occidentales, se transformó en un problema primordial

¹⁴http://www.enamorar.gob.ar/index.php/novedades/el_sueo_cumplido_de_beln_cabrera.html

¹⁵http://www.enamorar.gob.ar/index.php/novedades/una_multitud_participa_del_festival_enamorar_en_tecnopolis.html

¹⁶<http://www.enamorar.gob.ar/index.php/herramientas-de-gestion.html>

¹⁷Idem

de una gestión política que se piense democrática, inclusiva y justa ¿Cómo promover la producción simbólico-cultural de mensajes con mirada propia que propalen la democracia, la inclusión, la justicia, la pluralidad y la diversidad? (VITULLO, 2015:12).

Un conjunto de prácticas estatales que afianzan y sostienen el trabajo de las ONGs, se “articulan” con el tercer sector, transfieren recursos financieros, materiales y humanos desde el Estado al sector privado. En lo que se denomina “Componentes Transversales” del programa se incluye la Responsabilidad Social y se declara:

Las instituciones del sector privado están convocadas a trabajar a la par del Estado aportando a la comunidad el compromiso con el desarrollo humano en cada pueblo y región. El ejercicio de una ciudadanía completa para los participantes de las organizaciones, requiere del máximo desarrollo de las funciones sociales corporativas relacionadas con el aporte de recursos que materialicen nuevas oportunidades de desarrollo personal integral para los jóvenes y adultos. El aporte del sector privado es por lo tanto, un aspecto fundamental del desarrollo efectivo de la política, y su participación debe ser promovida por todas las instancias gubernamentales a nivel local, provincial y nacional. En este sentido, el Programa Enamorar propende a una visión de la Responsabilidad Social alineada a los objetivos de la política pública, además de ser complementaria y convergente¹⁸.

Literalmente ENAMORAR es “jugar con los sentimientos”, es elaborar una geometría de los cuerpos y gramáticas de las acciones en torno a fantasmas y fantasías sociales con el objeto de producir, gestionar, circular y producir sensibilidades. Es una política pública que, construyendo políticas de los cuerpos/emociones, instancia el mejor ejemplo de la Banalización del Bien.

¹⁸<http://www.enamorar.gob.ar/index.php/institucional.html>

A modo de apertura final

Al pasar del planteamiento conceptual de la BdB a la práctica concreta de una política pública que la instancia es pasible de ser observada la compleja trama de la normalización de la vida en el disfrute a través del consumo y su capacidad de “formatear” la vida.

El programa ENAMORAR es una muestra “especial” de la BdB dado que lleva a la práctica la dialéctica descripta: 1) *fetichismo-dogma-heteronomía* y 2) *épica-gesto-narración*.

Toma el amor y el enamorarse como un fetiche que conduce a unos valores universales (y no otros) instaurando un proceso amplio de negación de autonomía en y a través de su mercantilización. Construye una épica de los valores en y a través de técnicas de mercadeo instalando el gesto festivalero y espectacularizado como garante y criterio de verdad de la eficacia de los nuevos héroes.

Como se ha podido observar, dichas tríadas se inscriben y despliegan en un espacio irregular cualificado por la *consolación/generosidad/conmiseración/miserabilismo*: ENAMORAR misiona/milita a los que deben ser iluminados con la llama del sueño del amor.

Es así que podemos conocer un poco más de la BdB a través del análisis de “ENAMORAR”:

1) Se basa en la heteronomía y narración épica, producto de identificaciones masivas y la creación de nuevos héroes diluyendo las posibilidades de autonomía de los sujetos.

2) Se diseña para contener: no dejar que la vida se salga de cauces, y así eludir su lógica conflictualidad.

3) Responde a una matriz iluminista (y de generosidad) proponiéndose dar vida en tanto misión de la militancia

4) Se centra en prácticas basadas en el espectáculo y emocionalización “imponente” de la militancia del espectador.

5) Reproduce una modalización marketinera del mensaje del amor cuyo

mejor ejemplo es el “cantando por un sueño” que evoca uno de sus “concursos”

6) Se sustancializa proponiéndose llevar a los otros la verdad, combatiendo el mal en esta doble imagen del misionar/militar

7) Responde a la lógica de la gestión de los cuerpos/emociones financiando “paquetes de recursos tecnológicos” que difunden lo universal.

En definitiva, “ENAMORAR” nos muestra cómo la actual economía política de la moral utiliza las herramientas de gestión de valores y la emocionalización alineadas con el disfrute que provee el consumo, donde la Banalización del Bien se convierte en unos de sus ejes centrales.

Referencias Bibliográficas

ARENDRT, Hannah. *Eichmann en Jerusalén. Un estudio sobre la banalidad del mal*. Barcelona: Lumen, [1963]1999.

FANON, Frantz. *Piel Negra. Máscaras Blancas*. Buenos Aires: Editorial Abraxas, 1973.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da indignação Cartas pedagógicas e outros escritos*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 2000.

GRIGNON, Claude y PASSERON, Jean-Claude. *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y literatura*. Buenos Aires: Nueva Vision, 1991.

MEMMI, Albert. *Retrato del Colonizado*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor, 1963.

SCRIBANO, Adrián. Interludio: Consumo, Disfrute Inmediato y Desechos: hacia una caracterización metonímica de unas sociedades depredatorias. En: Gabriela Vergara (Comp.) *Recuperadores, residuos y mediaciones. Análisis desde los interiores de la cotidianidad, la gestión y la estructuración social*. Buenos Aires: ESEditora, pp. 135-154, 2015a.

SCRIBANO, Adrián. Una aproximación al estado de las sensibilidades en Argentina desde la(s) Política(s) de la Perversión. En: Rafael Sánchez Aguirre (Comp.) *Sentidos y sensibilidades: exploraciones sociológicas sobre cuerpos/emociones*. Buenos Aires: ESEditora, pp. 141-161, 2015b.

SCRIBANO, Adrián. *¡Disfrútalo! Una aproximación a la economía política de la moral desde el consumo*. Buenos Aires: Elaleph.com, 2015c.

SCRIBANO, Adrián. “El don: entre las prácticas intersticiales y el solidarismo”. *Sociologias*. Porto Alegre, año 16, n. 36, p. 74-103, 2014.

SCRIBANO, Adrián. “Una aproximación conceptual a la moral del disfrute: Normalización, consumo y espectáculo.” *RBSE*. Paraíba Vol.12, n 36, p. 738-751, 2013^a.

SCRIBANO, Adrián. “La religión neocolonial como la forma actual de la economía política de la moral”. *Revista Prácticas y Discursos*. Corrientes, Año 1, n.2 p.1-20, 2013b.

SCRIBANO, Adrián. “Cuerpos, Emociones y Sociedad: Una lectura desde Walter Benjamin”. *RBSE*. Paraíba, Vol.11, n.33, p. 674-696, 2012a.

SCRIBANO, Adrián. Prólogo. El Capitalismo como Religión y Segregación Racializante: dos claves para leer las fronteras de la gestión de las emociones. En: Iván Pincheira (Coord.): *Archivos de Frontera. El gobierno de las emociones en Argentina y Chile del presente*. Santiago de Chile: Editorial Escaparate, pp. 13-25, 2012b.

SCRIBANO, Adrián. Las Prácticas del Querer: el amor como plataforma de la esperanza colectiva. en: Margarita Camarena y César Gilabert (Coord.) *Amor y Poder. Replanteamientos esenciales de la época actual*. México: Universidad Intercultural

de Chiapas. Razón y Acción, AC., pp. 17-33, 2010.

TODOROV, Tzvetan. *Frente al límite*. México: Siglo XXI editores, 1993.

VITULLO LUIS (2015) “El país que proyectamos para las generaciones del porve-

nir” en: Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. Presidencia de la Nación *I Coloquio: La Patria es el Otro. Temas y desafíos para una nueva realidad audiovisual*. Tomo I. Disponible en: <http://www.enamorar.gov.ar/media/libros/lapatriaeselotro.pdf>

Resumen: Parafraseando lo que sostuviera Tzvetan Todorov (1993), hemos realizado una transposición metafórica de la importante idea de Hannah Arendt sobre la banalidad del mal –más allá de los malos entendidos que pueda provocar– como pivote para describir una práctica social que ha logrado una importante pregnancia institucional: la banalización del bien. Junto a la lógica del desecho y las políticas de la perversión, la banalización del bien (en adelante, BdB) constituye una trinidad del círculo mágico del poder dedicado a la estructuración de la regulación de las sensaciones y gestión de las geometrías de los cuerpos en la actualidad. La BdB es, en este sentido, un componente central de los procesos de estructuración social caracterizados por la normalización en el disfrute inmediato a través del consumo en y por relaciones sociales espectacularizadas. Desde esta perspectiva, la BdB se conecta directamente con las diversas modalidades de consumo como ejes de las políticas públicas: que van desde el consumo mimético al compensatorio. El objetivo central del presente trabajo es mostrar cómo la BdB opera en términos de una política pública impregnando la complejidad de los procesos de estructuración social. Para lograr dicho objetivo hemos seleccionado la siguiente estrategia argumentativa: a) caracterizamos la BdB con sus componentes centrales, b) hacemos evidente a la BdB en tanto proceso y c) realizamos un análisis de ENAMORAR, un programa de los Ministerios de Planificación Federal y Cultura de la Nación junto a la Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico (Sedronar). **Palabras clave:** banalización del bien, sensibilidades sociales, disfrute, consumo, políticas públicas, estructuración social

Abstract: Paraphrasing what that would support Tzvetan Todorov (1993), we performed a metaphorical transposition of the important idea of Hannah Arendt on the banality of evil-beyond misunderstandings that can provoke-as a pivot to describe a social practice that has achieved an important institutional pregnance: the banalization of good. Next to the “logic of waste” and “policies of perversion”, the banalization of good (hereinafter BofG) is a trinity of magic circle of power dedicated to the structuring of the regulation of sensations and management of geometries of bodies in today. The BofG is, in this sense, a central component of the processes of social structuring characterized for standardization in the immediate enjoyment through spectacularized consumption and social relations. From this perspective, the BofG connects directly to the various forms of consumption and public policy axes: ranging from mimetic compensatory consumption. The main objective of this paper is to show how the BofG operates in terms of public policy permeating the complexity of the processes of social structuring. To achieve this goal we have selected the following argumentative strategy: a) characterize the BofG its core components, b) make clear to the BofG as a process c) carry out an analysis of ENAMORAR, a program of the Ministry of Federal Planning and Culture the Nation by the Secretariat for the Prevention of Drug Addiction and Fight against Drug Trafficking (Sedronar). **Keywords:** trivialization of good; social sensitivities; enjoyment; consumption; public politics; social structure

