



# Haceme transparente

## Imagen y política neoliberal<sup>1</sup>

SEBASTIÁN RUSSO (UBA/UNPAZ)  
8 DE AGOSTO DE 2019.

---

### 1.

El imaginario político neoliberal se funda en un ascetismo mercantil, bajo una apariencia no simbólica, de relación no mediada, transparente e iconoclasta. Apariencias, ya que su simbología, su iconografía, tiene una abrumadora presencia naturalizada: la cristiana, tomando el derrotero del cristianismo norteamericano sesentista/setentista del club 700. Es

---

<sup>1</sup> Este texto es parte de un trabajo que venimos realizando desde 2018 junto a Diego Litvinoff, en seminarios de FADU/UBA, titulado “La Imagen Neoliberal”.

decir, el evangelismo protestante, de Bill Graham, la que abjura del símbolo (aparentemente, siendo el juego de espejos y espejitos de colores uno de los fundadores de esta tradición conquistadora), en función de afianzar el vínculo entre las personas, en una suerte de *iconoclastia transmutadora*, sin mediación. En relación directa con el poder, encarnándolo: la palabra de Dios (capital) en la tierra. Sacerdotes y empresarios, bajo un mismo esquema de relación política no mediada: no son representantes de un ideario, son ellos encarnaciones performáticas de dioses (espirituales, materialistas) en la mismísima tierra.

El movimiento que va del protestantismo al evangelismo es el de la iconoclastia (el trabajo, la producción, la venta y la publicidad) a la iconología iconoclasta, vinculada al consumo, los comportamientos –algoritmos–, el marketing. Este ascetismo en el mundo empresarial, en la política que tiene al marketing (el conocer/vender comportamientos de clientes) como su *modus operandi* fundamental, es el de la mercancía, tanto por su fluir como por su relación impersonal. Mientras las tradiciones simbólico-políticas populares necesitan la instancia cárnica, las liberales, de viejo y nuevo tipo, abjura de ella. Mientras en aquellas la imagen sántico-política es un índice, una huella, en tanto el referente ha estado o estará nuevamente o podría estar en vínculo con el que mira (huella vincular), la imagen política neoliberal es pura iconografía, pero una iconología fantasma, invisible, iconoclasta (bajo un efecto de iconoclastia) Lo referido sólo existe en y para las imágenes (imagen visual).

La política popular (el populismo) se funda en el sudor, en el cuerpo. El liberalismo, en su abjuración o exterminio. Pero, en el neoliberalismo debe incluirse, a ésta abjuración, un efecto de cercanía, un efecto de intimidación. El “timbreado”, por caso, como una forma del marketing político contemporáneo, donde los funcionarios (como eternos candidatos) visitan intempestivamente a vecinos (algo que puede replicarse en un colectivo o un mercado) cumple esta función. Momento de donde pueden surgir fotos de cierta afectividad, producto de la supuesta espontaneidad del encuentro. Pero, lejos de ser un encuentro cuerpo a cuerpo, la corporalidad allí existente esta mediada por la fulguración inasimilable de una imagen icónica. Es como encontrarse con un personaje televisivo, de revista, de memes. Es un encuentro donde prima la sorpresa, el encantamiento de ver aparecer allí, en el cotidiano, algo/alguien del mundo de lo excepcional (no todos son presidentes, no todos salen en la tele). Por lo tanto, lo que se expresa allí (lo que la edición posterior selecciona

que se exprese allí) es una intimidad mediada por el espectáculo, por el acontecimiento que deja sin palabras, sin capacidad de asimilación de tal suceso y tener un “diálogo de pares, sin intermediaciones”, tal como se publicitan tales acciones. Son instancias de una pre-fabricación similar a la de los funcionarios comprando en un supermercado o viajando en colectivo, que pretendiendo zanjar distancias entre el representante y el representado, tanto por el “encuentro mano a mano”, como por abjurar de una iconología política popular prototípica (épica, amorosa), se fundan en un ascetismo mercantil, productor de una iconología iconoclasta, de aparente ruptura de la mediación, de aparente transmutación (yo soy vos), y aparente (efectista) intimidad. Este universo de apariencias, por cierto, configura certezas, afirmaciones, introyecciones, imágenes tendientes al desagenciamiento y la abjuración de la política como ámbito singular de transformación.

## 2.

Dijimos<sup>2</sup> que la imagen neoliberal se caracteriza por lo acontecimental (la intemperie, la precariedad, lo prototipo, flujo) y la vigilancia (de sí), la obligación del diseño de sí. Tal trama conceptual/vivencial se entrelaza, se articula, en una política, la de la constitución de un ethos, un modo de configuración ética/experiencial: el ethos transparente. La transparencia como modo acontecimental del devenir modo/mundo sin mediación: lo que acontece, es. En política, como expresión de lo no estructural, lo no totalitarista, puede tener un derrotero instituyente o institucionalista. Incluso, y siendo la performatividad acontecimental parte intrínseca del gesto posmoderno, debemos decir que las posibilidades se reparten entre una instituyente institucionalidad (populismo progresista) y una instituida conservación del orden. Es decir, vivir la institución como una fuerza instituyente (Mouffe) o vivir la precariedad como algo instituido (neoliberalismo). La intemperie, el estado de precariedad, como potencia empática (del/desde el rostro del otro –Butler/Levinas–) o como estructura destructiva, lo acontecimental, “no” mediado, (a priori, “ontológicamente”), expresión de (lo) transparente, construyendo un mundo que aparentemente se auto hace. Transparencia en/del acto, que deviene, devendrá una política de la (celebración de la) transparencia.

<sup>2</sup> <https://verpoder.com.ar/2018/07/10/la-imagen-neoliberal-notas-criticas-en-torno-al-ver-poder-contemporaneo/>

El acontecimiento aparece así como un suceso que puede *desnudar* a la política de la *desnudez*, arraigándola en una clave moral. La transparencia acontecimental de este modo (conservador, institucionalista), deviene un mandato moral. El acontecimiento, lo acontecimental, se expresa en la lógica de/en las imágenes contemporáneas bajo el criterio del flujo, el de su maquinización e industrialización. Es decir, la separación entre la capacidad del sujeto de tener voluntad sobre los hechos (Dubois trabaja esta cuestión en torno a la deshumanización vinculada al desarrollo de las “máquinas de imágenes”) y los hechos devenidos imágenes, que “simplemente” acontecen y se nos presentan ante nuestros ojos. Las artes mecánicas configuran el universo donde la fotografía y el cine parecen funcionar solos (Dubois). El cine, de hecho, está asociado a las imágenes cualesquiera, precarias. La imagen técnica acontece. La imagen, en las ciudades, allí está. El sujeto es mirado por la imagen. Andy Warhol lo previó: *Empire, Sleep*. Imágenes que esperan un acontecer: como en el 11S.

Así el “llenado de tal vacío”, la necesaria seguridad ante la intemperie de la nada, puede ser un devenir otro (por trabajo de mutación), instituyente (la patria es el otro) o un ser el otro (por transmutación indolora, instituida: yo soy vos).

La acontecimentalidad, por otro (mismo) lado, no-mediada, se (des)entrama con el orden del rito y lo sagrado, una no mediación igualadora que se funda en una desritualización desacralizada (como vimos: aparente: ya que lo que hay allí es una resacralización profana, un rito del no rito, tal como sostuvimos en relación a la iconología de la iconoclasia, propia del neoliberalismo). Algo ya presente en el ascetismo y el hazte a ti mismo del liberalismo capitalista y que, en el neoliberalismo, se convierte en un consúmeme a ti mismo. Del producirme “a través” de productos a producirme “a través” de imágenes (de sí), un autoproducirme objeto prefabricado (yo soy el dado a la imagen) de (auto) consumo, sin mediación. Tal la “sociedad del contacto”, un ojo-pantalla, del erotismo a la pornografía (Chul Han), del secreto a la “confesión compulsiva” (sin condena, sin que nadie lo pidiera: tal se da en la retórica bio-performática).

La política neoliberal pues se funda en un rito sin rito: un tweet, un saludo presidencial a una plaza vacía o el timbreado mismo, donde lo que ocurre se funda en la radical excepcionalidad, vivida como un absoluto cotidiano de alguien que pasa y toca el timbre, se

sube al colectivo, o realiza las compras en el supermercado. Ritos políticos (su comunicación con sus representados) desritualizados (soy uno de ustedes), desacralizados, si riesgo (sacrificial) alguno: los actos públicos son en extremos controlados y, exclusivamente, para las cámaras. En una retórica aparentemente des-retorizada, de habla común o de épica vaciada, sin necesidad del poder del convencimiento (siendo la retórica el fundamento de lo político), se produce un pastiche (una parodia sin parodia), pero ya no de la cultura (Jameson) sino como política de estado.

Sin mediación, sin máscara, sin palabras, es decir, sin armas, ¿Cuál es el cambio, la capacidad de transformación (el llenado –cuanto menos– del vacío, de la intemperie) en el universo de la transparencia? La transmutación mágica. Un cambio repentino “celestial”, sin dolor. Diferente a la mutación, al devenir otro de la metamorfosis (a Kafka, ni qué decirlo, no le es fácil devenir otro), de la revolución, entendida como mutación, no dialéctica (Benjamin). La transmutación es “sé/r el otro” en mueca indolente, algo que en el macrismo tuvo un momento apoteótico, inédito, cuando el perro de un presidente, como Mauricio Macri, Balcarce (un perro callejero, “común”, tal su lógica popularista de derecha) fue fotografiado sentado en el sillón presidencial. Devenir perro, sin mediación. Hay una larga tradición de animales (en especial perros) asociada a la política, pero aquí hay un movimiento audaz, pasando del “yo soy tierno porque juego con perros” (desde Perón a CFK) a “yo soy como un perro, somos intercambiables, tiernos, confiables”, donde ya no hay distancia. No es un humano con un perro, sino un humano-perro, un perro humanizado, una fábula pero sin fábula, sin lección moral.

### 3.

En el mundo de la política neoliberal, se igualan las formas comunicacionales desplegadas en la campaña electoral con la comunicación de la estatal. La imagen política neoliberal iguala publicidad electoral y publicidad gubernamental. En principio, porque todo deviene publicitable. Mejor dicho, todo deviene/es marketing. Entendiendo que “la publicidad es el arte de vender productos mediante anuncios, (y) el marketing, el arte de conocer a los clientes y sus comportamientos” (Debray), el pasaje, eminentemente neoliberal, de la publicidad al marketing, configura un estatuto de distancia

temporal y corporal, aun mayor (incluso *otro*) a la promesa de futuro de sujetos genéricos que proponía la publicidad tradicional.

Si la publicidad estaba orientada a un futuro y a sujetos-tipo, el marketing es en/un presente y sobre sujetos individualizados. El marketing construye un presente (único, instantáneo, efímero) y una idea de individualidad (singular, total, aislada), lo que otorga una efectividad e impregnación corporal (psíquico emotiva) abrazadora, maniática. Temporalidad y subjetividad marketinizadas, marketinizables, totalizadoras, he allí no sólo un procedimiento, sino una ética.

La campaña electoral, en tanto campaña publicitaria, trabaja a futuro, vendiendo un producto (candidato, partido, proyecto), configurando la construcción de un deseo futuro, en el marco de una distancia temporal. La comunicación de la gestión, también en términos publicitarios, en cambio, lo hace en un presente que pivotea entre el pasado y el futuro: (no) hicimos esto, (no) seguimos haciéndolo, lo haremos/seguiremos haciendo mejor. Si bien ambas remiten a un mañana, la campaña electoral es puro futuro o, en tal caso, está lanzada hacia él, no teniendo que dar mayor cuenta de cosas realizadas. La campaña de gestión, por su parte, debe remitir a un pasado que estaría sosteniendo el accionar actual. Requiere una dosis de información, que permita sostener, justificar, ratificar su movimiento de recursos, político, dando cuenta de lo hecho, evidenciando lo prometido, de donde se partió y que se va por más. Haciéndolo, la temporalidad pierde su carácter abstracto y, al mismo tiempo, el otro deja de ser genérico, expresándose una conflictividad, un antagonismo, algo que el neoliberalismo abjura, constituyéndose en tal abjuración, tal alisamiento de la vida pública.

En la política neoliberal, cuando se debe gestionar, se sigue prometiendo, se sigue apelando a un futuro incierto, siempre candoroso, entremezclándose campaña electoral y gestión, configurándose un estatuto político proyectual, de promesa infinita, constitutiva, maníaca. En tanto enunciación que configure una deriva a futuro, indefinida e imprecisa: no se sabe cuándo las cosas efectivamente van a estar mejor, ni a través de qué políticas, ni para quién, ni en qué sentido. La lógica del eslogan evita respuestas, y otorga certezas animosas, optimistas, apela a “levantar el ánimo”, a no dar una argumentación, sosteniéndose tanto sobre la base de nuevos eslóganes como a fuerza de construcción y

enarbolamiento de un monstruo. Tal lógica (levantar el ánimo/ construcción de monstruo) se articula con la del sujeto hipodermizado, propio de la teoría comunicacional de la aguja hipodérmica, cuya expresión (creíamos burda y anticuada) es la del comienzo del film *1984* (basado, claro está, en la novela de George Orwell), donde una platea de sujetos angustiados, temerosos, pero tremebundos ante la aparición en pantalla de mensajes de armonía y promesas, están en calma, sedados, pero que ante la proyección de quien sería el culpable de sus males, expresan una iracundia feroz, cuasi linchadora. El pasaje de lo espectadorial a la acción (que excede la acción del mirar) sorprende a la misma platea, cuando alguien arroja algo a la pantalla. Este pasaje lo entendemos fundamento político de la imagen, que en el caso del neoliberalismo se expresa eminentemente individual, moral e indolente. Vale recordar que Orwell escribió en período de entreguerras, es decir, ante la aparición y expansión de los gobiernos fascista, nazi y franquista (contra el cual combatió en la Guerra Civil Española), que en estos años, de avance de partidos y agrupaciones de extrema derecha, el triunfo democrático de gobiernos con idearios y prácticas de derecha neo fascista (Trump, Bolsonaro, por decir), en paralelo o de modo coadyuvante y sinérgico de formas comunicacionales y espectadores hipodermizados, no puede dejar de, como mínimo, alertarnos y exigirnos no sólo aguzar nuestros análisis sino “hacernos cargo” de/en nuestra contemporaneidad.