

La creació de noves subjectivitats

Una aproximació al subjecte empresari de si mateix

Treball de fi de Grau

Grau en Filosofia

Albert C. Mellado Juárez
Tutora: Dra. Anna Quintanas
Universitat de Girona
Setembre de 2016

Índex

1. Introducció	3
2. La gestació del subjecte empresari de si mateix	5
2.1. Els orígens de la interacció entre el discurs “psi” i el món laboral als EEUU (E. Illouz)	5
2.2. El discurs legitimador de l’autoajuda (N. Rose)	9
2.3. Del liberalisme al neoliberalisme (M. Foucault)	11
2.3.1. El liberalisme clàssic i l’ <i>homo aeconomicus</i>	12
2.3.2. El neoliberalisme i l’empresari de si mateix	14
3. El subjecte empresari de si mateix	17
3.1. Orígens	17
3.2. Característiques	22
i. Autocontrol	22
ii. Autoconeixement	24
iii. Autocultiu	26
iv. Autodeterminació	27
4. Les tecnologies del jo al segle XXI: el cas de Facebook	29
5. Conclusions	34
6. Bibliografia	37

1. Introducció

El present treball és un estudi sobre les noves formes de subjectivitat que han sorgit a partir del segle XX. El nostre objectiu primordial és explicar com el sistema neoliberal és productor d'un cert tipus de manera de viure, de comprendre el món i de relacionar-nos, tant amb els altres com amb nosaltres mateixos. Tot això ha contribuït a consolidar una subjectivitat determinada, la qual ha rebut diverses denominacions —que utilitzarem com a sinònimes—, com “subjecte empresari de si mateix”, “subjecte empresarial”, “subjecte neoliberal” o “neosubjecte”. En essència, aquest nou tipus de subjectivitat porta l'individu a conduir-se com una empresa, és a dir, a ser un emprenedor de si mateix.

L'interès per aquest tema va sorgir arrel d'adonar-nos que s'estava produint una homogeneïtzació del discurs al nostre voltant. Paraules i expressions com “la vida comença a fora de la teva zona de confort” o “ser emprenedor” apareixien repetidament a la premsa i la televisió, així com persones del nostre entorn proper també s'expressaven fent ús d'aquests conceptes. Vam percebre un excés de missatges positius que es generaven al nostre voltant, però que no eren argumentats, és més, semblaven totalment buits de contingut. No obstant, observàvem que aquesta corrent cada cop s'expandia més i la gent s'hi sumava sense pensar-s'ho. El nostre propòsit fou entendre d'on provenia aquesta “ideologia positiva” i quines eren les seves intencions, per la qual cosa ha estat necessari un recorregut llarg en el tema, tractant aspectes relacionats amb la cultura i el context polític-econòmic, per poder-lo abordar de manera més profunda. Gràcies, també, a l'assignatura “Qüestions disputades II”, l'interès per temes relacionats amb la biopolítica va anar en augment. Per a aquesta mateixa assignatura vam escriure un breu article que es titulava “Neoliberalisme i subjectivitat: la fabricació del subjecte empresarial”, el qual va significar els inicis del present treball.

Quant a l'organització del treball, aquest s'estructura en cinc capítols:

El primer és aquesta introducció on plantejem la motivació, els objectius i la metodologia de treball.

En el capítol 2, que porta per títol “La gestació del subjecte empresari de si mateix” oferim les claus per entendre com va sorgir aquesta transformació en la subjectivitat dels individus fent referència a la situació política, econòmica, social i cultural que es dona al llarg del segle XX. A partir dels estudis d'Eva Illouz, *La salvación del alma moderna*, i de Nikolas Rose, en l'obra *Governing the Soul*, volem destacar l'auge de les denominades ciències “psi” als Estats Units i

com aquestes van entrar en relació amb el món empresarial. Aquesta unió genera un nou discurs narratiu amb el qual el subjecte contemporani compta per relacionar-se amb si mateix, i que es concretarà en el discurs d'autoajuda o les tècniques del management, entre d'altres. Els estudis de Foucault, especialment les obres *Naixement de la biopolítica* i *Tecnologies del jo*, ens han proporcionat les eines adequades per poder explicar l'auge del subjecte empresari de si mateix i com aquest ha anat evolucionant.

En el capítol 3, "El subjecte empresari de si mateix", ens centrem pròpiament en descriure i analitzar aquest nou tipus de subjectivitat: com es comporta, com percep el món i quines característiques el defineixen, basant-nos, sobretot, en l'assaig *La nueva razón del mundo* de P. Dardot i C. Laval.

Si bé ens centrem, essencialment, en el segle XX, no volíem deixar passar l'oportunitat de parar atenció al que està succeint al segle XXI, encara que fos breument per qüestions d'espai. El capítol 4 exposa com la irrupció d'Internet i de les noves tecnologies en la vida quotidiana estan transformant la percepció de la identitat personal i les relacions socials. L'aparició de les xarxes socials, el paradigma de les quals és Facebook, estan conferint una nova dimensió al subjecte empresari de si, ja que fomenten el narcisisme. Per acostar-nos a aquest tema ens hem basat en el llibre *Fraudebook. Lo que la red social hace con nuestras vidas* del filòsof Vicente Serrano, publicat aquest mateix any. Alhora, tots aquests dispositius i aplicacions digitals són les noves tècniques amb les que compta el règim neoliberal per controlar i vigilar la societat. Per aquest motiu, hem volgut oferir algunes pinzellades de la radiografia que el filòsof sud-coreà Byung-Chul Han fa del món actual a través del seu llibre *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*.

Finalment, el capítol 5 correspon a les conclusions, les quals engloben les idees més rellevants del tema que aquí tractem.

2. La gestació del subjecte empresarial

El neoliberalisme –com a raó o tecnologia governamental contemporània– i les ciències “psi” –com a àrees del saber i el coneixement– estan implicats en la producció de veritat amb fins legitimadors, específicament en allò que concerneix als comportaments humans.

En aquest apartat, ens centrarem, primerament, en la vessant cultural per mostrar com les anomenades ciències “psi” (psicologia, psiquiatria, psicoanàlisi i psicoteràpies múltiples), i el llenguatge que aquestes empren, han tingut una gran influència en la creació i desenvolupament de les noves subjectivitats del segle XX. El sorgiment d’una nova “ciència”, la psicoanàlisi, iniciada per Freud, la confluència del llenguatge econòmic i el rerefons d’un sistema capitalista han contribuït de manera transcendental a l’aparició del que s’anomena “subjecte empresari de si mateix”.

Les teories científiques sobre la ment desenvolupades per Sigmund Freud van substituir el subjecte per un conjunt de variables i comportaments que podien ser observats i mesurats i, a més, es van convertir en el llenguatge popular adoptat per l’esfera mercantilitzada dels mitjans massius de comunicació al llarg del segle XX. Per tal d’entendre com es va produir l’auge de les ciències “psi” i la seva interferència amb el món de l’economia ens basarem en el llibre d’Eva Illouz, *La salvación del alma moderna*, el qual analitza com el llenguatge de la teràpia ha reformulat el nivell més profund dels símbols d’identitat i ha suposat l’emergència d’una nova estructura cultural, i en l’obra de Nikolas Rose, *Governing the Soul*, que tracta la relació que s’estableix entre el poder polític i la subjectivitat.

2.1. Els orígens de la interacció entre el discurs “psi” i el món laboral als EEUU (E. Illouz)

Illouz (2007, 2010) explica com la psicoanàlisi arriba, es difon i s’adapta a les condicions de la societat nord-americana de principis del segle XX i produeix un nou imaginari social sobre la idea de família, del jo i de les relacions interpersonals. Una mostra rellevant d’això és la producció d’una nova forma narrativa de tipus terapèutic que patologitza la vida quotidiana. Des d’aquest moment, la vida ordinària es convertirà en el lloc més significatiu en el qual el jo es fa i es desfà, segons Freud. Així, la nova perspectiva freudiana converteix la quotidianitat en matèria d’investigació i dota de significat allò que fins aleshores havia estat trivial, corrent i banal.

D'aquesta manera, per al psicoanalista, no hi ha res insignificant en l'activitat mental, res és arbitrari ni accidental. Patologitzar la vida quotidiana tindrà una conseqüència rellevant, i és que la patologia es convertirà en una forma de normalitat que ingressarà en el discurs públic, integrant-se en la literatura de consells i d'autoajuda. Les categories "salut", "patologia" i "normalitat" es queden sense referents empírics clars en la psicoanàlisi.

Un discurs es torna poderós, com afirma Foucault (1984) quan està localitzat dins de les institucions socials que li confereixen poder i legitimitat i, encara més, quan procedeix d'elles. És més, un discurs es torna performatiu quan concreta una capacitat pròpia per anomenar i transformar la realitat i quan el seu portador és un representant del capital simbòlic acumulat pel grup al qual representa. Això és el que va succeir amb el discurs narratiu de la psicoanàlisi. Els psicòlegs es convertiren en el grup d'experts "científics" que s'erigí representant d'aquesta nova forma de llenguatge.

A partir del primer terç del segle XX, un àmbit de gran rellevància és l'ús d'aquesta nova narrativa terapèutica en el món laboral. Els psicòlegs van començar a intervenir en les empreses i a introduir el llenguatge terapèutic i de la família en l'àmbit del treball. És així com des de la dècada dels anys trenta fins als setanta, el treball empíric dels psicòlegs genera un objecte d'estudi de gran importància: el comportament i les tècniques que s'associen amb la "competència comunicativa", és a dir, allò que permet que una persona gestioni adequadament l'organització col·lectiva del treball.

Així doncs, aquest desplegament de la racionalitat a dins de les organitzacions econòmiques va anar de la mà d'una intensificació de la vida emocional, la qual cosa va implicar una codificació de la conducta emocional, no només a dins del món del treball, sinó que l'interès propi, l'eficiència i la instrumentalització es van convertir en referents culturals. Com afirma Illouz: "los marcos culturales psicológicos fueron tomados de la matriz cultural del mercado y fueron fusionados con ella, comenzando así a orientar al yo, a proporcionarle estrategias de acción y, quizá de manera más crucial, a conformar nuevas formas de sociabilidad" (Illouz, 2010: 82). En termes de Foucault, això seria un objecte de coneixement que genera instruments i més pràctiques de coneixement, no obstant, Illouz no entra en la qüestió del control, la vigilància i la governamentalitat –conceptes que tractarem més endavant–, sinó que se centra en una dimensió empírica i cultural.

Les relacions socials i jeràrquiques a dins de l'empresa es van redefinir en el moment en què els psicòlegs van combinar les seves pautes professionals amb les pautes derivades

directament del mercat, com la racionalitat, la productivitat i l'eficiència. Aquesta nova competència comunicativa implica l'ús de termes i conceptes que avui dia resulten un llenguatge totalment familiar, com són, empatia, llenguatge d'autenticitat, autocontrol emocional, etc. Les formes de comunicació de la psicologia foren absorbides per la racionalitat del mercat i es va configurar un nou llenguatge que definia la personalitat necessària per a l'èxit empresarial i l'ús tècnic d'interaccions en les quals les emocions es “gestionen” adequadament. L'esfera econòmica va quedar habitada per un llenguatge de la coordinació i de la persuasió que, curiosament, parlava sempre d'emocions i d'estils de gestió de les emocions. Aquest procés recíproc en què la vida emocional es va veure imbuïda per la racionalitat de l'economia, i a la inversa, la conducta econòmica fou sistemàticament modelada per l'esfera de les emocions i els sentiments, és el que Illouz denomina “capitalisme emocional”. En el capitalisme emocional, els discursos emocional i econòmic es modelen mútuament de manera que l'afecte és convertit en aspecte essencial de la conducta econòmica i la vida emocional —especialment la de les classes mitjanes— segueix la lògica de les relacions i l'intercanvi econòmic. En paraules d'Illouz:

“Lo que llamo capitalismo emocional es un proceso cultural a través del cual las nuevas pautas de las relaciones económicas son formuladas y entrelazadas con pautas interaccionales y emocionales, tal como lo ilustran los marcos culturales habituales de la cooperación y el trabajo en equipo. Estas pautas, surgidas a partir del lenguaje profesional de los psicólogos y del lenguaje corporativo de la eficiencia, han reorganizado los modos en que los actores conceptualizan las jerarquías horizontales y verticales, el poder e, incluso, hasta cierto punto —limitado pero definitivo—, las relaciones de género. En ningún otro lugar se ha tornado tan evidente esta influencia recíproca de los discursos psicológicos y económicos como en el motivo cultural clave del “control emocional.” (Illouz, 2010: 83-84)

Els psicòlegs es van autoproclamar experts en les relacions a dins de les organitzacions laborals i van introduir les emocions en el discurs de l'administració i la productivitat, assegurant que cercar l'interès propi és sinònim de la salut emocional. Com explica Illouz, “al relacionar la competència professional con las emociones, han construido una identidad gerencial en torno a la idea de que los atributos de personalidad y el estilo emocional son una base legítima para la autoridad gerencial, con la justificación económica última de que son propicios para la cooperación y la productividad” (Illouz, 2010: 112). Els psicòlegs han redefinit l'aptitud moral del líder com a competència emocional, en la qual un assenyala i significa el domini del propi jo interior simultàniament a través de la distància respecte als altres i a través d'una empatia i una amabilitat dirigides a demostrar la pròpia capacitat de cooperar amb els altres.

El llenguatge terapèutic tingué tant d'èxit perquè, aparentment, satisfesia tant els interessos dels gerents com dels treballadors, en tant que abordava el problema de la productivitat. El

llenguatge de la psicologia era particularment adequat per als gerents i per als propietaris de les empreses, ja que els psicòlegs prometien que ajudaria a incrementar els guanys, a combatre el descontentament laboral i a organitzar les relacions entre treballadors i gerents de manera no confrontativa. En relació amb el treballador, el llenguatge de la psicologia semblava molt més democràtic que les teories de lideratge prèvies, perquè ara un bon lideratge depenia de la personalitat i de la capacitat per a comprendre els altres. Illouz suggereix que això tenia un atractiu molt significatiu per als treballadors, ja que parava atenció a les seves crítiques i democratitzava les relacions de domini i subordinació entre treballadors i gerents. Això no es feia per vetllar per l'empleat, sinó perquè l'empresa obtingués més beneficis. És més, la introducció de la psicologia en l'empresa va comportar una forma de control subtil.

En suma, el moviment de la teràpia s'entrellaça amb la cultura de la productivitat econòmica per produir un model de comportament en el qual es privilegien formes de competència on les emocions es processen discursivament i es racionalitzen amb la forma de l'intercanvi econòmic, això és, una racionalitat de l'estratègia, el valor calculat i els guanys.

La integració de les ciències “psi” en el món de l'economia va tenir un gran exponent en els llibres d'autoajuda, que proliferaren al llarg del segle XX. Aquests llibres abordaven problemes de salut, de desenvolupament del caràcter i de relacions interpersonals. L'èxit d'aquest tipus de literatura va contribuir al naixement d'un *ethos* terapèutic –en termes d'Illouz 2007–, el qual va generar que la identitat personal es convertís en una tasca de per vida per als individus, que havien de realitzar una sèrie infinita d'exercicis d'automillora, desenvolupament personal, autoexpressió, enteniment de si mateix, etc. La incidència de les ciències “psi” en la cultura fou realment significativa i van posar les bases d'una societat altament mesurada per la retòrica psicoterapèutica.

Els individus havien de realitzar-se en el món del treball, però això també es va estendre a l'aspecte personal: calia controlar el cos i les emocions i desenvolupar un estil de vida concret. Així, qüestions com autenticitat, cerca interior, realització personal, consecució d'un projecte vital, etc., són part del discurs psicoterapèutic, el qual influeix i es converteix en part central de la vida diària de les persones generant una transformació de la intimitat. Es tractaria d'una transformació que es presenta com a emancipadora però que, en realitat, implica una supressió o control del jo –com veurem en el capítol següent–, i que es genera a partir de la revisió contínua dels comportaments i de les pràctiques sorgides arrel de les noves informacions i coneixements.

2.2 El discurs legitimador de l'autoajuda (N. Rose)

A l'antiguitat, la religió i la filosofia eren els jocs de veritat –fent ús de la terminologia de Foucault– que havien permès l'ésser humà pensar-se a si mateix i constituir-se com a subjecte. Al segle XX, el discurs d'autoajuda es converteix en un dels instruments principals a través del qual el subjecte contemporani busca relacionar-se amb si mateix. En efecte, Nikolas Rose en el seu text *Governing the soul: the shaping of the private self*, assenyala com, a principis del segle XX, es va fer evident la unió entre ètica i ciència, la qual es va veure reflectida en els instruments amb els quals el subjecte contemporani comptava per relacionar-se amb si mateix, com són les publicacions d'autoajuda. Així, es reubiquen les preguntes per a la conducció de la vida en un terreny professional, el de la psicologia, lligat a normes de veritat i salut que converteixen la relació amb si mateix en una qüestió de tria personal (Rose, 1999: 260).

Les codificacions tant psicològiques com terapèutiques promouen valors i regles de conducta estandarditzants i sistematitzants que han convertit la relació amb el jo en una norma que permet controlar l'ordre disciplinari del cos. Així mateix, es tracta de regles que l'han convertit en una pràctica individualitzant. D'acord amb Rose, el fet d'estandarditzar la diferència, permet a la psicologia distingir i classificar els individus, convertint les identitats en registres, ja que aquests es converteixen en objectes de coneixement que poden ser qualificats i definits d'acord amb un determinat perfil d'aptituds i competències, així com de trets de personalitat.

Per altra banda, es tracta de codificacions que han incentivat valors empresarials a partir de mecanismes del management i de la psicologia organitzacional. El que succeeix és que la psicologia, com explica Rose, en el context de la Primera i Segona Guerra Mundial, va tenir una incidència significativa en la regulació de l'eficiència laboral. Fou des d'aquesta època que aquesta disciplina va adoptar la perspectiva del management, prenent una part activa en la formació de noves imatges i tècniques que van alinear les polítiques empresarials amb valors culturals, aspiracions socials i professionals. Així, per exemple, se sotmetia el treballador a proves de diversa índole que permetien definir el seu perfil psicològic i ubicar-lo en el lloc de treball al qual s'adaptaria amb major facilitat.

L'objectiu del management era convertir el treballador en un aliat de l'empresa. Es va començar a vetllar pel seu benestar, a cuidar no només les condicions de treball, que havien de ser les adequades, sinó també les condicions mentals. Es considerava que com més sa, feliç i tranquil estigués el treballador, més rendiria i produiria per a l'empresa. Aleshores, amb l'objectiu

de sostenir aquestes condicions favorables, la psicologia del management va convertir el treball en quelcom visible i manejable (Rose, 1999: 96). És més, es va proposar articular els desitjos personals dels treballadors amb l'organització laboral.

Molts dels valors que es troben en el discurs d'autoajuda i en la psicologia són els valors del management: es parla d'allunyar-se de la mediocritat, fer ús del vertader potencial, plantejar-se fites, etc. En aquest tipus de discurs, la felicitat, l'èxit i la perfecció són presos com a substància, com a entitats reals a les quals s'hi pot accedir. Aquests nous codis repercuteixen en nocions contemporànies com "llibertat" i "autonomia". Per una banda, s'és lliure de triar una identitat, tot i que a partir de referents codificats prèviament. Per altra banda, el ser lliure s'ha convertit en una obligació per a l'autorealització del subjecte actiu. És una obligació, com suggereix Rose, que requereix del treball sistemàtic sobre les realitats personals i del coneixement expert de la psique. L'autonomia ha pres la forma de "norma", ja que ha imposat una avaluació contínua de l'experiència personal, de les emocions i dels sentiments, en relació amb un vocabulari d'interioritat des del qual cal narrar la pròpia vida. En conseqüència, el subjecte autònom és aquell que està disposat a aprendre noves tècniques per practicar sobre si mateix, sobre el seu cos (Rose, 1999: 258), com veurem amb més detall en el capítol següent.

A través del discurs de l'autoajuda, els seus codis i els seus valors, comprenem que les formes de relació que tenim amb nosaltres mateixos en l'actualitat estan altament codificades. L'heterogeneïtat d'aquestes codificacions té efectes sobre molts aspectes i dimensions de la vida de l'individu, elevant a norma positiva les pràctiques i procediments implicats en la relació amb un mateix. Així, com afirma Rose:

"el placer se [ha] convertido en una forma de trabajo que debe alcanzarse con la ayuda de profesionales y bajo la tutela de un conocimiento científico codificado. El yo se ha convertido en el *target* de una mirada objetivo-reflexiva, comprometida no solo con su propia perfección técnica, sino también con la creencia de que el éxito y el fracaso deben ser contruidos a partir de un vocabulario de felicidad, bienestar, estilo y satisfacción e interpretados como consecuencia del automanejo de las propias capacidades." (Rose, 1999: 243)

La codificació de la conducta dels individus i la relació que establim amb nosaltres mateixos desvela una relació amb les tecnologies del poder disciplinari. Així, les formes de govern contemporànies regeixen sobre els individus, sobre els cossos individuals. La particularitat d'aquesta forma de govern es dona en el fet que és el mateix subjecte el que es governa a si mateix. És a dir, les tècniques disciplinàries amb les quals l'home compta per desenvolupar una relació amb si mateix tenen com a resultat un cos que s'autogoverna, s'autogestiona. Rose

assenyala respecte a això que “el gobierno del individuo, en los regímenes liberales y democráticos pasa por una cierta manera en que los individuos “libres” se ven motivados a gobernarse a sí mismos como sujetos de libertad y de responsabilidad” (Rose, 1998: 17). En conseqüència, el govern del subjecte actual es dona a partir d’una xarxa de tecnologies que produeixen i sostenen l’autogovern del ciutadà, en la mesura que és percebut com a objecte de coneixement que pot ser vigilat i controlat.

Així, si l’individu és un objecte de coneixement i, alhora, és susceptible d’ésser diagnosticat i classificat, les racionalitats i tecnologies contemporànies disposen d’elements suficients per comprendre que si es vol governar democràticament els individus, cal fer-ho per mitjà de les seves llibertats i tries personals. Això ens remet a una paradoxa: en l’actualitat creiem que som subjectes totalment lliures i autònoms, però resulta que aquesta és la manera més efectiva com ens governen. El nostre autogovern és el mode en què les tecnologies de poder contemporànies penetren en les nostres conductes quotidianes, en les nostres formes de ser. Aquesta paradoxa s’estén fins al punt que on pensem que som lliures, és on en realitat el nostre autogovern ens ha convertit en esclaus dels nostres projectes personals, o en paraules de Rose, “el yo libre de las democracias avanzadas vive la vida atado al proyecto de su propia identidad” (Rose, 1999: 258).

Hem repassat fins aquí, la nova forma narrativa que s’ha generat de la fusió de la psicologia amb l’empresa i que ens ha conduït a una nova relació discursiva amb nosaltres mateixos. Hem tractat, també, com aquestes tècniques psicològiques s’han encarregat d’individualitzar i estandarditzar el jo. Aquesta codificació ha conduït, a més, a una comprensió reduccionista de la realitat i del nostre lloc en ella, ja que ha promogut que la nostra posició davant allò real ha de caracteritzar-se per l’alegria, el plaer, la victòria, etc. S’ha construït, bàsicament, un discurs positivista, en el qual la negació i la resignació no hi tenen cabuda. Es pretén allunyar els individus de l’experimentació de situacions doloroses per tal de treure’n el seu major rendiment.

2.3. Del liberalisme al neoliberalisme (M.Foucault)

Michel Foucault fou un dels primers en analitzar els orígens del pensament neoliberal i les diferents materialitzacions d’aquest. El filòsof va tractar les relacions entre el model econòmic i les subjectivitats des d’una perspectiva biopolítica. En els anys setanta ja trobem referències a aquest concepte en les obres de Foucault, però és a *La voluntad de saber* on el terme adquireix una definició més concreta (López, 2010). En aquest text, el terme biopolítica s’empra per designar

dues dimensions fonamentals del poder sobre la vida que la tecnologia política contemporània desenvolupa com a element característic. El poder s'exerceix de manera simultània sobre el conjunt de la població (considerant factors com els naixements, la mortalitat, el nivell de salut, durada de la vida, entre d'altres) i sobre cada individu en particular entenent el cos com a màquina, el que dóna lloc a la *anatomopolítica*. En aquest doble pla es desenvolupa una tecnologia de poder que administra la vida i que busca extreure dels subjectes el major profit possible. Així, se superarà l'antic dret de “deixar viure i fer morir” pel de “fer viure i deixar morir”.

A finals dels anys setanta, en els cursos de Collège de France, Foucault se centra en l'anàlisi dels modes de govern i la seva racionalitat desenvolupats a Occident entre els segles XVII i XX. En aquests cursos es desenvoluparà un estudi dels diversos sentits de *governamentalitat*, un altre dels conceptes clau del filòsof francès. Aquest terme fa referència concreta a les tècniques, estratègies i tecnologies que desenvolupa un govern sobre la seva població per tal de dirigir-la en un període històric concret. Citant les paraules pròpies del Foucault:

“Por gubernamentalidad entiendo el conjunto constituido por las instituciones, los procedimientos, análisis y reflexiones, los cálculos y las tácticas que permiten ejercer esa forma tan específica, tan compleja de poder que tiene como meta principal la población, como forma primordial de saber la economía política, como instrumento técnico esencial los dispositivos de seguridad.” (Foucault, 2006: 136)

Així doncs, en el *Nacimiento de la biopolítica* (Foucault, 2007), es tracten dos moments en la història de la governamentalitat, del liberalisme clàssic al neoliberalisme¹. Destacarem alguns dels aspectes d'aquests dos sistemes socioeconòmics que ens mostraran com la biopolítica es modula quan s'inclou en el marc de la racionalitat de govern.

2.3.1. El liberalisme clàssic i l'*homo aeconomicus*

La creixent industrialització de finals del segle XIX va conduir a una crisi social que pressiona per promoure un canvi en les relacions de producció. Així, les forces productives i els mitjans de producció dels quals parlava Marx entren en contradicció amb les relacions de propietat i dominació de tipus feudal. Es produeix, doncs, un trànsit del poder sobirà al poder disciplinari. Com dèiem, la progressiva industrialització va requerir el disciplinament del cos i el seu ajustament a la producció mecànica. En comptes de castigar el cos, el poder disciplinari l'ajusta a un sistema de normes. Aquest tipus de poder es caracteritza per ser prohibitiu,

¹ Tot i que Foucault també tracta l'estat del benestar, nosaltres ens centrarem essencialment en el liberalisme clàssic i el neoliberalisme.

censurador i oposat a la llibertat que sotmet el subjecte a un codi de normes, preceptes i prohibicions, així com hi elimina les possibles desviacions i anomalies. La negativitat i l'ensinistrament són, també, característiques constitutives d'aquest poder. Tant el poder sobirà com el disciplinari exerceixen l'explotació aliena i creen un subjecte obedient. Aquest diagrama de poder oferia al subjecte certesa i estabilitat a través d'un marc de referència normatiu que guiava les seves accions (Ampudia de Haro, 2006). Veurem que el nou model del capitalisme liberal trenca amb aquest paradigma.

El liberalisme clàssic es caracteritza per l'adopció d'una raó de l'Estat mínim, l'extensió dels principis de l'interès i la utilitat, i la constitució del mercat com a lloc de veridicció —en termes de Foucault—, és a dir, que el mercat marcarà les lleis a partir de les quals es determinarà la veritat o falsedat de la pràctica governamental. A més, en el liberalisme es dona una modificació essencial per al funcionament dels dispositius biopolítics: l'emergència d'un nou subjecte, *l'homo oeconomicus* modern, que fa del seu interès irreductible i irrenunciable el fonament de la racionalitat social i econòmica d'aquest moment. Segons es desprèn d'aquest context, la condició per què el conflicte i l'articulació dels interessos privats reverteixin en un benefici general és justament la retracció del poder polític, l'absència de tota planificació conscient i totalitzadora que pretengui encarrilar els interessos. De manera que, davant els principis de l'Estat policia i l'intervencionisme polític propis dels segles XVIII-XIX, el sorgiment del subjecte social del liberalisme suposa la separació entre allò polític-jurídic i allò econòmic i implica la clausura de la possibilitat d'una sobirania exercida sobre l'economia. Això ens col·loca davant d'un element fonamental de l'estudi de la racionalitat liberal de govern: allò que defineix el mode en què són governats els individus i les poblacions no és el conjunt de les relacions jurídiques i polítiques, sinó la sèrie d'intervencions que es produeixen en el mitjà d'acció de *l'homo oeconomicus* sense atemptar contra la seva condició d'agent lliure i interessat. En altres termes, això vol dir governar el nou subjecte d'interès des de la determinació de l'entorn en el qual cal buscar la satisfacció dels seus interessos com són la constitució d'uns àmbits de llibertat en els quals pugui desenvolupar la seva iniciativa privada. Com afirma Foucault: “El orden liberal, en efecto, gobierna produciendo incesantemente la libertad que ha de consumir a cada instante: libertad de mercado interno, libertad de comercio, libertad de mercado de trabajo” (Foucault, 2007: 83-84).

En l'estudi de la racionalitat liberal de govern i de les seves formes de control social, Foucault es refereix a la societat disciplinària com a societat panòptica, prenent la idea del

panòptic de Bentham². Aquest concepte li va servir per pensar els dispositius de vigilància presents en aquesta època. Segons Foucault, “el panóptico (...) debe ser comprendido como un modelo generalizable de comportamiento; una manera de definir las relaciones de poder en la vida cotidiana de los hombres” (Foucault, 2002: 189). D’aquesta manera, l’individu que forma part de l’estructura panòptica se sap en un estat permanent de vigilància i això garanteix la seva passivitat i control dels seus moviments.

En el cursos que el filòsof francès va dur a terme al Collège de França durant els anys 1978 i 1979, recollits en el llibre *Naixement de la biopolítica*, subratlla la conflictivitat interna del liberalisme, que està obligat a administrar i organitzar les condicions en les quals es pot ser lliure, però alhora s’ha de dotar d’instruments de control, limitació i coerció en els quals aquesta mateixa llibertat queda amenaçada.

2.3.2. El neoliberalisme i l’empresari de si mateix

Una mutació posterior del liberalisme serà crucial per a la comprensió de la racionalitat política contemporània. Serà el pas de la governamentalitat liberal clàssica a la governamentalitat neoliberal que s’inicia a la segona meitat del segle XX. Aquest model s’aparta de les posicions de l’intervencionisme de l’Estat per avançar en una liberalització del procés econòmic. En aquest moment, l’economia lliure passa a ser creadora de dret públic, sustentament de la legitimitat del govern i element essencial de reafirmació de l’Estat. Foucault va afirmar:

“En lugar de aceptar una libertad de mercado definida por el Estado y mantenida de algún modo bajo vigilancia estatal –lo que era, en cierta forma, la fórmula inicial del liberalismo–, es necesario invertir por completo la fórmula y proponerse la libertad de mercado como principio organizador y regulador del Estado, desde el comienzo de su existencia y hasta la última forma de sus intervenciones. Para decirlo de otra manera, un Estado bajo vigilancia del mercado más que un mercado bajo la vigilancia del Estado.” (Foucault, 2007: 149)

Les estratègies desenvolupades per complir amb aquesta finalitat perfilen el model neoliberal de governamentalitat, entre aquestes és destacable la substitució de l’intercanvi per la competència com a principi de mercat. Si en l’ordre polític del segle XVII la funció essencial del

² El panòptic de Bentham és un tipus d’estructura de presó que consisteix en una torre central des de la qual el guardià pot observar tots els presoners que es troben al voltant seu, reclusos en cel·les individuals. Mentre que, des de la cel·la, el reu no pot observar qui l’observa –si és que algú l’està observant–, la mirada que vigila es troba a tot arreu, ja que el disseny d’aquest dispositiu induïx a aquell que està dins seu a un estat conscient de visibilitat permanent que garanteix el funcionament automàtic del poder.

poder estatal era assegurar el desenvolupament correcte de l'intercanvi, en el diagrama del govern neoliberal la base de la racionalitat econòmica és l'existència i defensa de la competència (limitant els monopolis, per exemple). L'antic model liberal recolzat en la demanda del “deixar fer, deixar passar” i l'atenció a les normes naturals del comerç, es veu desplaçat per l'exigència de producció de les condicions de la competència, que no es pot considerar natural, sinó el resultat d'unes determinacions acuradament produïdes, d'una política d'intervenció permanent.

El neoliberalisme debilita, així, el model de la societat mercantil i promou l'ajustament de l'exercici global del poder polític als principis d'una economia de mercat. Ens trobem davant d'un nou estil governamental dotat d'un caràcter afirmatiu i productor.

L'exercici de poder del govern neoliberal no se sustenta en dispositius de poder externs, com succeïa en l'època del poder disciplinari amb la fàbrica o la presó, sinó que serà el mateix individu, en tant que “subjecte actiu”, el que s'autoregularà a si mateix. D'aquesta forma, com explica Deleuze (1999), no observem ara l'existència d'un motlle previ, ja prefixat, al qual el subjecte ha d'entrar per ser integrat socialment, sinó que es tracta d'una automodulació del mateix. Això és, una transformació cap a un tipus de subjecte no prefixat ni explícitament determinat, però que buscarà per tots els mitjans no caure a la zona d'exclusió, com veurem al capítol següent. Així doncs, el poder no està absent, se segueix exercint, però de manera il·legible, ocult sota la idea d'“autonomia del subjecte”.

Aquesta nova dinàmica competitiva no sotmet la societat a l'efecte de la mercaderia, sinó que converteix la societat en una empresa. En aquest context, l'ordre polític-institucional es distanciarà de “todas las formas de intervención legal en el orden de la economía que los Estados, y los Estados democráticos más aún que los demás, practicaban en esa época” (Foucault, 2007: 206), i renunciarà al desenvolupament de plans econòmics i a la correcció dels efectes del mercat. El poder públic no posseirà la naturalesa de ser un decisor econòmic, ans al contrari, definirà el marc en el que operen els agents econòmics, fixarà amb lleis els límits de les actuacions de l'Estat i cedirà el pes de la regulació social a les lleis de mercat, com explica López (2010: 12).

A aquesta expansió de la forma d'empresa s'hi ha de sumar un element important, la teoria del capital humà, formulada en els anys seixanta per G. Becker, el qual pretén renovar la noció de treball deslligant-la dels principis de la producció i l'intercanvi i inscrivint-la en el marc de les decisions d'un subjecte econòmic actiu. En els termes de la teoria del capital humà, realitzar una anàlisi econòmica del treball no consisteix en determinar quin és el preu del treball o quin valor

s'ha afegit al producte, sinó saber com utilitza el treballador els recursos dels quals disposa i quina racionalitat guia la seva disposició a la feina. Per a l'autor, tot ésser humà és un subjecte calculador que s'enfronta als diferents mercats (laborals, financers, etc.) realitzant una feina constant de càlcul en relació al que pot invertir, guanyar o perdre. Alhora, el subjecte ha d'invertir constantment en ell mateix, això és, en incrementar els seus coneixements, millorar les seves aptituds, expandir la seva xarxa social, en definitiva, avaluar i monetitzar els diversos aspectes de la seva vida i de la seva existència.

A partir de finals dels anys setanta, Foucault s'adona que la societat disciplinària ja no reflecteix el seu temps i s'ocuparà de l'anàlisi de les formes de govern neoliberals, tot i que sense deixar de banda el concepte de biopolítica. El filòsof francès es dedicarà, també, a allò que va denominar les "tecnologies del jo", les quals considera que són "las prácticas sensatas y voluntarias por las que los hombres no solo se fijan reglas de conducta, sino que buscan transformarse a sí mismos, modificarse en su ser singular y hacer de su vida una obra que presenta ciertos valores estéticos y responde a ciertos criterios de estilo" (Foucault, 2012: 16-17).

El mateix Foucault va fer referència al trànsit de l'estudi de les tecnologies del poder a les tecnologies del jo:

"Quizás he insistido demasiado en el tema de la tecnología de la dominación y el poder. Cada vez estoy más interesado en la interacción entre uno mismo y los demás, así como en las tecnologías de la dominación individual, la historia del modo en que un individuo actúa sobre sí mismo, es decir, en la tecnología del yo." (Foucault, 1990: 49)

3. El subjecte empresari de si mateix

El neoliberalisme de finals del segle XX s'ha convertit en la “raó instrumental” del capitalisme que estructura i organitza, no només l'acció dels governants, sinó també la conducta i la norma general de la vida dels governats. Com hem vist, una de les seves propietats essencials és l'homogeneïtzació del discurs de l'home en torn a la figura de l'empresa. Aquest model de governamentalitat ja no tracta només de reconèixer que l'home segueix sent home en el treball, sinó que veu en ell un subjecte actiu que ha de participar totalment, comprometre's plenament i entregar-se a la seva activitat professional. En aquest capítol ens centrarem amb més detall en el sorgiment de l'empresari de si mateix, el tipus característic de subjectivitat de l'era neoliberal, i definirem quines són les característiques pròpies d'aquest nou tipus de subjectivitat.

3.1 Orígens

En l'aparició del subjecte empresarial, segons Foucault, hi conflueixen les “tecnologies de govern” amb les “tecnologies del jo”. Amb això volem dir que el govern ja no es refereix només a la conducció de la conducta dels altres, sinó també a la conducció de la pròpia conducta. Aquestes tècniques de poder associades a la governamentalitat neoliberal i associades amb la cultura expansiva de la psicoteràpia descansen en l'exigència d'autoresponsabilitat. Amb aquesta tàctica, el que es pretén és que l'individu es faci càrrec d'ell mateix i treballi per a l'empresa com si ho fes per a ell mateix, suprimint d'aquesta manera qualsevol sentiment d'alienació i, fins i tot, de distància entre l'individu i l'empresa per a la qual treballa.

Com expliquen Laval i Dardot en el llibre *La nueva razón del mundo* (2013), el subjecte ha de treballar en la seva pròpia eficàcia, en la intensificació del seu esforç, com si aquesta conducta li fos ordenada des del seu interior, vingués d'ell mateix, sense necessitat que algú de fora li hagi de demanar o exigir. El nou subjecte neoliberal ha de ser un individu que es troba en constant competició i que ha de maximitzar els seus resultats; ahora, s'ha d'exposar a riscos i assumir completament la responsabilitat dels fracassos.

La gran novetat del *neomanagement*³ rau en modelar els individus per tal que siguin capaços de suportar les noves condicions que s'han creat, de tal manera que ells mateixos contribueixin

³ El *neomanagement* són les tècniques del món empresarial que s'han apoderat del discurs terapèutic i han traspassat al pla del subjecte.

amb el seu comportament a que aquestes condicions siguin cada cop més dures i permanents. És a dir, s'ha fabricat aquest “subjecte empresari de si mateix” amb la intenció de crear un efecte en cadena per tal de reproduir aquesta nova idea d'individu. Un individu que, com dèiem, ha de ser el més eficaç possible, s'ha de mostrar totalment entregat a la feina, s'ha d'anar perfeccionant amb un aprenentatge continu i ha d'acceptar la flexibilitat exigida pels canvis incessants que imposen els mercats. Així doncs, ens trobem que el subjecte es defineix per mitjà de termes econòmics i empresarials, donat que totes les seves activitats es comparen a producció, inversió, càlcul de beneficis, costos en temps i diners, etc.

Aquest subjecte empresari de si mateix s'erigeix com un nou tipus de subjectivitat que no coincideix amb la de l'*homo oeconomicus*, representatiu del liberalisme clàssic, el qual era un individu constituït per interessos naturals i preestablerts (cerca de plaer, maximització del benefici personal, etc.). L'elecció en ell era una resposta espontània a aquests interessos donats. En canvi, l'individu promogut per la governamentalitat neoliberal necessita ser fabricat. L'interès en la pròpia realització personal i la seva capacitat d'elecció només poden brollar en un entorn adequadament programat, com explica Vázquez (2000). Es tracta de convertir l'antic “ciutadà social” –un individu dependent i necessitat– en un individu actiu i autorresponsable, capaç de treure el màxim partit als seus recursos personals en la cerca d'un estil de vida propi i singular.

La “racionalitat empresarial” ha permès articular un mateix discurs per a totes les relacions de poder i que s'apliqui tant a l'Estat, com a l'empresa i al subjecte. Laval i Dardot (2013) afirmen que el lèxic de l'empresa té un poder unificador dels diferents règims d'existència, és a dir, es poden articular els objectius de la política i/o de l'empresa en relació als objectius de la vida social i de la vida individual. L'empresa es converteix no només en un model a imitar, sinó en una actitud, una manera de ser que s'aplica a tots els dominis.

Un cop s'ha establert aquesta correspondència tan estreta entre el govern de si i el govern de les societats, es defineix una nova ètica. Aquesta consisteix en un estadi constant de vigilància d'un mateix, en la qual els procediments d'autoavaluació s'encarregaran de reforçar i verificar, com veurem en l'apartat següent. La font d'eficàcia de l'individu està dins d'ell mateix, ja no ve d'una autoritat exterior, com dèiem, per la qual cosa, és necessari un treball intrapsíquic per tal de trobar la motivació profunda. Les exigències econòmiques i financeres es converteixen en una autoexigència i una autoculpabilització, ja que l'individu és l'únic responsable del que li succeeix.

Aquí és on radica la novetat i l'èxit del govern neoliberal o govern empresarial, en la responsabilitat individual i l'autocontrol. Aquesta responsabilitat és el resultat d'una

interiorització de les exigències. Ser empresari d'un mateix significa que l'individu s'ha convertit en l'instrument òptim del seu propi èxit social i professional. En definitiva, en paraules de Laval i Dardot, “el nuevo sujeto es el hombre de la competición y del rendimiento. El empresario de sí mismo es un ser hecho para ‘triunfar’, para ‘ganar’” (Laval i Dardot, 2013: 358).

Qui fracassa en la societat neoliberal del rendiment es fa a si mateix responsable i s'avergonyeix, enlloc de posar en dubte la societat o el sistema. En això consisteix l'especial intel·ligència del règim neoliberal: dificultar que sorgeixi una resistència contra el sistema. En el règim del capitalisme clàssic –la dictadura del proletariat que definia Marx– era possible que els explotats se solidaritzessin i junts s'aixequessin contra l'explotador. En el règim neoliberal de l'autoexplotació, com destaca Byung-Chul Han (2014), l'individu dirigeix l'agressió cap a si mateix, d'aquesta manera l'explotat no es converteix en revolucionari, sinó en depressiu.

El context social neoliberal ha propiciat una erosió progressiva dels drets vinculats als treballadors i que la inseguretat s'instal·li entre els assalariats per mitjà de noves formes de feina precàries, provisionals i temporals, facilitant les eines per a l'acomiadament i reduint el poder adquisitiu d'aquests. Tot això ha comportat un increment considerable de la dependència dels treballadors respecte dels ocupadors. Pel que fa a l'atur, per exemple, en comptes de proporcionar un subsidi estatal per ajudar a la manutenció d'aquells que ja no estan assalariats, s'ha creat un entramat per assessorar i subvencionar condicionalment l'individu perquè es responsabilitzi de la seva situació i es converteixi en un *job-seeker*⁴ idoni optimitzant els seus propis recursos personals en un univers laboral extremadament competitiu, com explica Vázquez (2000). Per dur això a terme, s'han creat serveis de reciclatge professional, cursets i teràpies personalitzades que augmenten l'autoestima, la seguretat en un mateix i la capacitat d'enfrontar amb èxit l'obtenció d'una feina ensenyant, per exemple, com presentar i fer valer el propi currículum i la pròpia imatge o com triomfar en una entrevista laboral. Aquests serveis no els ofereix l'Estat, sinó que es crea un nou mercat de consum i és l'individu qui els podrà contractar.

L'aplicació d'aquestes normes i la fabricació d'aquest nou subjecte empresarial, inevitablement, canvien el món professional tal i com era conegut fins ara. El treball ja no ofereix un marc estable, una carrera previsible o un conjunt de relacions personals sòlides. Aquestes es converteixen, tal sols, en meres transaccions puntuals, en comptes de ser relacions socials basades en la lleialtat i/o fidelitat. Així, forçosament, totes aquestes modificacions tenen efectes en la vida privada, en l'organització familiar i en la representació d'un mateix. Aquesta

⁴ Terme de l'anglès que s'utilitza per referir-se a la persona que busca feina.

subjectivitat neoliberal potencia l'egoisme individual davant de la solidaritat col·lectiva i acaba afectant i transformant totes les facetes de la vida.

Així doncs, la tècnica de poder del règim neoliberal adopta una forma subtil. No s'apodera directament de l'individu, ans al contrari, s'ocupa que l'individu actui de tal manera que reproduïxi per si mateix l'entramat de dominació que és interpretat per ell com a llibertat. Tal com afirma Han (2014) la forma de poder més eficient és aquella que no es veu.

Per tal de contribuir a la creació d'aquest "subjecte emprenedor" han aparegut diverses tècniques com el *coaching*⁵ o la programació neurolingüística⁶ (PNL), entre d'altres procediments, que tenen com a meta una millora del domini de nosaltres mateixos, de les emocions, de l'estrès, de les relacions amb clients, gerents o subordinats. Totes aquestes tècniques, que poden tenir utilitat tant en l'empresa com fora d'ella, persegueixen un reforç del jo, una millor adaptació d'aquest a la realitat i un augment de la seva rendibilitat en situacions difícils. Com expliquen Laval i Dardot (2013), aquestes metodologies es presenten a si mateixes com a sabers psicològics, tenen un lèxic especial, autors de referència, mètodes particulars, etc. És important destacar que, essencialment, són tècniques que apunten a la conducció d'un mateix i dels altres, és a dir, "son técnicas de gubernamentalidad que pretenden incrementar la eficacia de la relación con los demás" (Laval i Dardot, 2013: 344). Les relacions amb els altres, les amistats, fins i tot la parella, són concebudes en termes d'eficàcia i productivitat.

La finalitat d'aquests mètodes és treballar sobre un mateix per rendir més, però no només per aconseguir un creixement personal en pro de l'individu, sinó que la finalitat última d'aquest treball d'un mateix és aconseguir que el treballador sigui més eficient i rentable per a l'empresa. Aquests exercicis, que suposadament aporten una millora en la conducta o autoestima del subjecte, estan enfocats essencialment a crear un individu en harmonia amb el món de l'empresa i, que ahora, s'estén al "macrocosmos" del mercat mundial. Això comporta que les qualitats desenvolupades per l'individu, com l'empatia, la positivitat o la cooperació, no es busquen per garantir la pròpia felicitat, sinó que són una qüestió estratègica. El nou subjecte empresarial

⁵ El *coaching* és un anglicisme que procedeix del verb *to coach* (*entrenar*). Segons la *Wikipedia* es tracta d'una tècnica del món empresarial que consisteix en instruir una persona o grup amb l'objectiu d'aconseguir complir fites o desenvolupar habilitats específiques. Hi ha diferents tipus de *coaching*: personal, empresarial, organitzacional, executiu, per al lideratge, ontològic i integral.

⁶ La programació neurolingüística (PNL) és una estratègia de comunicació, desenvolupament personal i psicoteràpia creada per R. Bandler i J. Grinder als Estats Units durant l'època dels 70. Els creadors sostenen que existeix una connexió entre els processos neurològics (neuro), el llenguatge (lingüística) i els patrons de comportament apresos a través de l'experiència (programació), afirmant que aquests es poden canviar per tal d'aconseguir objectius específics a la vida.

assumeix aquestes propietats per saber com ha d'actuar envers els demés i així persuadir-los i manipular-los.

Ser empresari d'un mateix significa aconseguir convertir-se en l'instrument òptim del propi èxit social i professional. No obstant, les tècniques de les quals fa ús el *neomanagement*, no seran suficients, sinó que caldran també unes tècniques d'auditories, de vigilància i d'avaluació destinades a augmentar l'exigència vers un mateix i el rendiment individual. Totes aquestes tècniques s'han venut com a mètodes que pretenen desenvolupar la personalitat, però en essència, són un producte comercial de gran consum. Això sí, com afirmen Laval i Dardot, són productes intel·lectualment més sofisticats que pretenen fer creure que aporten un valor afegit a aquell que els posseeix.

Tot això ens mostra que la norma d'eficàcia aplicada a l'empresa s'ha traslladat al pla individual. Les qualitats que ha de desenvolupar el subjecte, com per exemple, ser extravertit, positiu, empàtic, etc., no s'utilitzen per contribuir a la felicitat personal dels individus, com dèiem, sinó per obtenir dels treballadors l'acompliment que s'espera d'ells, per convertir-los en un instrument eficaç per a l'empresa. Les tècniques de gestió de les quals hem parlat, busquen una transformació de l'individu en tots els dominis de la seva vida. El neoliberalisme veu que “todos los dominios de la vida individual se convierten potencialmente en “recursos” indirectos para la empresa, ya que suponen para el individuo la ocasión de incrementar su rendimiento personal; todos los dominios de la existencia son de la incumbencia del *management* de sí mismo” (Laval i Dardot, 2013: 350). En definitiva, no només se sotmet “l'home en el treball” a aquest mode de gestió, sinó tota la subjectivitat. Això es fa palès, per exemple, si som conscients dels mètodes actuals de contractació per part de les empreses, els quals es basen cada vegada més en aspectes físics, estètics, relacionals i/o de comportament.

Tal i com Foucault explica en el llibre *Las tecnologías del yo*, els homes de la Grècia i Roma antigues tenien cura del seu comportament i del seu cos i això els permetia construir una relació amb si mateixos, amb la veritat, la llibertat i amb els altres. Era una reflexió *ètico-estètica*: construir-se un ser propi, un ser autèntic. Actualment, no importa la construcció d'un mateix i fer de la vida una obra d'art, tal i com creien els antics. Més aviat, el que importa és que un mateix es pugui conduir com a subjecte per així poder ser un individu econòmicament productiu. Podríem titllar aquesta qüestió de paradoxa, ja que aquestes tècniques promulguen la positivitat o l'empatia, però alhora estan creant un individu cada cop menys empàtic, més individualista i menys cooperador.

En suma, la pròpia optimització i el sotmetiment, la llibertat i l'explotació, coincideixen en el capitalisme neoliberal plenament. Ja no es treballa per les pròpies necessitats, sinó per al capital. El capital genera les seves pròpies necessitats que els individus, de forma errònia, perceben com a pròpies. Així, el neoliberalisme converteix al ciutadà en consumidor. Com afirma Han (2014) la llibertat del ciutadà ha cedit davant de la passivitat del consumidor.

3.2. Característiques

A continuació definim les propietats més rellevants que caracteritzen la subjectivitat de l'individu neoliberal. Aquestes són: autocontrol, autoconeixement, autocultiu i autodeterminació.

i. Autocontrol

“Fer-se càrrec d'un mateix”, no és només un ideal polític, una demanda psicològica o una necessitat social i econòmica de primer ordre, sinó un principi que se situa en el centre de la idea de felicitat contemporània, com recull Cabanas (2013). El subjecte neoliberal és pres com un objecte d'autocontrol i d'autogovern, al qual se li demana regular, gestionar i adaptar el seu comportament de manera racional i estratègica. Això permet a l'individu generar una sensació d'autonomia i independència, desplegar les habilitats que li reporten benestar, motivar-se a si mateix per persistir en la consecució dels seus objectius, actuar de manera eficient per maximitzar les seves possibilitats d'èxit i establir relacions interpersonals que siguin equilibrades, saludables i profitoses, sempre per afavorir el seu rendiment i la consegüent repercussió en l'empresa.

L'autocontrol és un aspecte vertebral de la multitud de discursos populars sobre la felicitat i el benestar personals. La literatura d'autoajuda ha contribuït a emfasitzar la responsabilitat que ha d'assumir la persona a l'hora de dissenyar o redefinir les seves condicions emocionals en particular i en el seu projecte de vida en general (Ampudia de Haro, 2006).

Els psicòlegs positius⁷, els *coaches*, els escriptors d'autoajuda, els managers, etc., han pres com a eix fonamental la noció d'autocontrol i han construït models teòrics i tècniques psicològiques de control emocional a través de les quals inserir funcionalment els individus en el marc de les societats actuals. Per mitjà d'aquests models i tècniques, els individus aprenen a lidar

⁷ Pertanyents a la disciplina de la Psicologia Positiva, la qual estudia les bases del benestar psicològic i de la felicitat.

amb el risc i la incertesa que caracteritzen el lliure mercat, rendeixen de forma més eficient en un escenari altament competitiu, aprenen a establir relacions profitoses amb els altres, gestionen la ira i el desànim i racionalitzen els seus fracassos d'una forma més positiva i productiva. Aquestes tècniques psicològiques individualitzen les causes i faciliten la conformitat; alhora, insisteixen en la idea que és més fàcil canviar-se a un mateix que no pas canviar les circumstàncies.

Tots aquest mecanismes d'autocontrol fan ús d'un discurs positiu en el qual s'elimina qualsevol element negatiu per tal que l'individu es motivi per gestionar la seva vida al complet i aconseguixi tot allò que es proposa. Aquest discurs positiu consisteixen en repetir-se a un mateix frases d'ànim, recordar èxits passats davant de situacions d'adversitat, evitar pensaments derrotistes o identificar creences negatives que estan arrelades a nosaltres i que solen produir reaccions emocionals negatives i desproporcionades.

L'optimisme és concebut com una habilitat adaptativa que facilita la presa de decisions, augmenta la sensació d'eficàcia, potencia l'autoestima, promou la creativitat i protegeix els individus de depressions eventuais, ambients estressants o d'altres situacions negatives. Un dels conceptes que, en l'actualitat, representa millor la idea d'autocontrol racional i estratègic de la vida afectiva és el d'intel·ligència emocional. Aquesta s'ha definit com la capacitat dels individus per controlar les pròpies emocions, motivar-se a un mateix, reconèixer les emocions pròpies i alienes i establir relacions funcionals basades en el maneig de l'expressió emocional segons un dels seus màxims difusors, el psicòleg nord-americà Daniel Goleman. D'aquesta manera, la intel·ligència emocional defineix una sèrie de competències essencials que els individus han d'adquirir per tenir èxit en tots els àmbits de la vida quotidiana.

El concepte i les tècniques de la intel·ligència emocional han tingut un gran ressò en molts àmbits: el psicoterapèutic, l'educatiu, el polític, però sobretot, en destaca la seva influència en l'àmbit empresarial, especialment en el del treball immaterial⁸ —concepte encunyat per Lazzarato i Negri el 1991—. Des del punt de vista de l'empresa, la intel·ligència emocional ha estat un instrument molt eficaç per a la selecció dels treballadors, la classificació de les habilitats personals i comunicatives, per a la predicció del rendiment individual, per a la formació de líders d'equips de treball, etc. Presumptament, els treballadors que tenen una alta intel·ligència emocional tenen millors habilitats comunicatives, són més carismàtics i influents, es mostren més flexibles en les

⁸ El treball immaterial és aquell treball el valor del qual rau en el seu contingut informatiu i cultural. La mercaderia que produeix té la particularitat de no poder ser destruïda un cop s'ha consumit, sinó que perdura en el temps, creant un nou ambient ideològic i cultural per als consumidors.

seves tasques, s'enfronten millor als reptes difícils, lidien millor amb la sobrecàrrega de treball, gestionen millor les decepcions i s'adapten millor a la cultura de l'empresa.

ii. Autoconeixement

La forma d'autoconeixement del subjecte neoliberal s'emmarca sota la idea de la consciència de si dirigida a la cerca de l'autenticitat. El subjecte es concep a si mateix com un objecte epistemològic dotat d'una autenticitat psicològica natural i pròpia que ha de ser explorada de forma conscient a través de mètodes i procediments destinats a tal efecte (Cabanas, 2013: 193). Des d'aquesta perspectiva, l'individu és l'agent principal encarregat de dur a terme aquesta exploració, determinant per si mateix quines són les causes dels seus pensaments, emocions i comportaments, així com quines són les pràctiques més idònies per corregir-los i/o dirigir-los cap a la cerca d'allò que els fa autèntics.

El discurs de l'autenticitat i el seu èmfasi en la mirada interior és també crucial per a la narrativa sobre la felicitat en la literatura de l'autoajuda, el *coaching* i l'actual Psicologia Positiva. Totes aquestes corrents comparteixen que l'exploració d'un mateix per buscar el jo autèntic és essencial per alliberar-se de qualsevol forma de determinisme i reafirmar allò que és propi, allò característic o que fa únic a cada individu. Segons Cabanas (2013), aquest autoconeixement es caracteritza per posseir simultàniament els següents trets: superficialitat, generalitat, practicitat, amabilitat, futuritat i tecnicitat. Tot això suposa una forma d'autoconeixement excessivament auto-centrada que acaba sent patològica. A continuació reproduïm què entén l'autor per cadascun d'aquests termes.

Amb *superficialitat* l'autor es refereix a que tot el contingut de la psique, tot allò que l'individu és i pot saber sobre si mateix, és accessible, cognoscible i manipulable per ell mateix. Tal com promovia la psicoanàlisi, res s'escapa a la mirada de l'individu. És més, l'interior pot ser buidat i posat en perspectiva per ell mateix per tal de canviar-lo o transformar-lo.

Amb *generalitat* fa referència a que al discurs de l'autenticitat personal li manca especificitat, és a dir, és genèric. Totes les corrents que hem esmentat delimiten en què consisteix, i en què no, ser autèntic. A més, ofereixen processos pels quals un pot arribar a mostrar-se tal i com és en realitat i assenyalen les implicacions que sobre la felicitat i sobre la salut es deriven de ser i no ser autèntic. Illouz (2007) destaca que la generalitat d'aquest discurs sobre la autenticitat és el que

permet fer-lo enormement flexible i intercanviable, s'adapta, així, a una gran varietat de situacions.

La *practicitat* no té per objectiu dur a terme una reestructuració profunda de la psique, ni tampoc una anàlisi extensa de totes aquelles contingències que puguin afectar la conducta. Al contrari, el seu objectiu principal és assenyalar només aquells aspectes que són susceptibles de ser entesos, gestionats i dirigits pel propi individu, és a dir, aquells que són eficients i que produeixen beneficis a curt termini, com afirma Cabanas (2013: 197). Les guies d'autoconeixement doten els individus d'un llenguatge psicològic comú i manejable que els permet "traduir" els seus problemes. Això és especialment important perquè els individus són els millors terapeutes de si mateixos i són els principals responsables de fer-se càrrec de la seva pròpia exploració personal.

L'autor explica que l'*amabilitat* es basa en destacar i potenciar els aspectes positius i en minimitzar o refusar-ne els negatius. Des d'aquesta perspectiva, els individus han d'aprendre a acceptar-se i a estimar-se a si mateixos, a discriminar allò que és bo i allò que és dolent per a ells, a augmentar la seva autoestima i a focalitzar-se en allò que han assolit, en comptes de centrar-se en els fracassos. Això fomenta les emocions positives i evita qualsevol forma d'autocrítica o judici.

Per *futuritat* l'autor es refereix al fet que aquesta exploració personal que ha de dur a terme el subjecte no ha de mirar cap a enrere, és a dir, no ha de tractar de solucionar o buscar resposta en el passat. Des de la perspectiva de l'autoconeixement, l'individu ha d'estar dirigit principalment a considerar les possibilitats futures, a dilucidar com es poden aprofitar les adversitats per convertir-les en reptes que el permetin créixer i desenvolupar-se personalment. La futuritat consisteix en convertir els fracassos en oportunitats d'èxit, afrontant la vida amb optimisme i esperança. Saber quines són les eines psicològiques de les quals l'individu disposa i posar-les en pràctica l'ajuda a tenir una millor perspectiva per enfrontar-se a la vida, permetent no només treure el millor de si mateix, sinó també capitalitzar-lo i invertir-lo per obtenir el màxim profit d'allò que es té al voltant. Com recull Marzano (2012), aquest és un dels discursos més característics de la cultura de l'emprenedoria.

Finalment, amb *tecnicitat* es vol referir al fet que el descobriment de l'autenticitat s'ha de dur a terme per mètodes, procediments i tècniques provats, ja sigui perquè aquests estan basats en la pròpia experiència –com és el cas de la literatura d'autoajuda–, ja sigui perquè deriven d'una trajectòria àmplia que inclou observació clínica, o perquè responen a estudis científics –o més

aviat, pseudocientífics— que certifiquen la seva validesa, com fan el *coaching* o la Psicologia Positiva.

Aquestes tècniques i/o noves tecnologies del jo proporcionen patrons d'expressió, d'autogestió i de direcció del comportament estan fortament estandarditzats i tan sols porten a produir un tipus de subjectivitat enormement compartit, homologable i intercanviable per tots els individus que les utilitzen.

iii. Autocultiu

L'individu feliç no és només aquell que descobreix qui és realment, quines són les seves potencialitats, talents i capacitats i sap gestionar-les de forma eficient, segons les seves necessitats, sinó aquell que, a més, les cultiva i desenvolupa.

“Créixer” ha adquirit un significat pràctic i beneficis a curt termini per l'individu la fita principal del qual és la felicitat personal. A aquest significat hi ha contribuït la cultura del consum i l'emergent ètica empresarial. Les tecnologies del jo de les quals fa ús el neoliberalisme han promogut que el creixement personal no té un límit determinat, ans al contrari, el jo no està mai plenament “fet”. Per aquest motiu, l'individu s'ha d'embarcar en un projecte de cerca contínua de béns, experiències i tècniques psicològiques que el permetin expandir les capacitats que ja coneix i descobrir aquelles que encara desconeix. Aquest aspecte és especialment rellevant en el marc neoliberal, no només per una qüestió ideològica (l'objectiu de la societat és progressar, l'objectiu de l'individu és créixer personalment), sinó com un requeriment extremadament útil per potenciar la maquinària del consum (créixer consisteix en triar, mirar per l'interès propi i mantenir-se constantment actualitzat). Aquest estat incomplet del jo, com es destaca en la tesi de Cabanas (2013), forma part fonamental del nucli de la segona modernitat, en la qual s'erigeix el capitalisme de consum, fent del lliure mercat un escenari privilegiat i imprescindible per al creixement individual.

Aquesta idea del creixement personal es relaciona directament amb el concepte econòmic de “capital humà” que definíem anteriorment. El treballador adquireix i desenvolupa habilitats i destreses gràcies a la inversió de temps, esforç i diners en si mateix. Des d'aquest punt de vista, un capital humà elevat facilita la mobilitat social, augmenta l'empleabilitat, la productivitat i el valor personal. Proveeix, a més, d'una idiosincràsia particular al treballador, al qual fa suposadament únic, i per tant, més competitiu, ja que li permet oferir habilitats que un altre no

té. No obstant, aquestes particularitats no poden romandre estàtiques, tot el contrari, han d'estar en constant actualització amb l'objectiu d'adaptar-se als canvis continus del mercat. En aquest sentit, els treballadors no només han d'aprendre i desenvolupar un conjunt de coneixements i habilitats, sinó que han d'aprendre a aprendre amb la fi de predir quin tipus de particularitats o habilitats seran més competitives en cada moment.

iv. Autodeterminació

En el context neoliberal, l'autodeterminació s'erigeix com a sinònim de la llibertat per a un individu que ha d'escriure el seu destí de "dins cap a fora", desplegant la seva autenticitat, superant obstacles. En aquest sentit, cada acte de voluntat, cada camí que aquest decideix recórrer, cada persona amb la qual opta estar i cada tasca que decideix emprendre es considera simultàniament un acte d'expressió i de definició del jo, com recull Cabanas (2013).

La literatura d'autoajuda insisteix constantment en què aquesta idea és imprescindible per a la felicitat i el bon funcionament de les persones. Cal "trencar les cadenes", "alliberar-se", "viure la pròpia vida". Aquestes són algunes de les frases més recurrents d'aquest tipus de literatura. El *coaching*, per exemple, ofereix guies concretes sobre com els individus han d'explicitar, organitzar i perseguir les seves fites, ja que això augmenta el nivell de felicitat. Alhora, això fa que cada vegada aquests individus vulguin assolir fites més elevades, excitants i desafiants. L'individu sap que hi pot haver errors –aquests s'entenen com a aspectes inevitables– però no es pot estancar en ells i mai no s'ha de penedir o lamentar, sinó posar-los a funcionar en el propi benefici. Els *coaches* s'han erigit com una espècie de guies espirituals que pretenen que els seus clients aprenguin a "perdonar-se a ells mateixos", alliberant-los de tot sofriment o complicació que pot sorgir en l'assoliment d'un projecte personal. Com destaca de manera crítica Ampudia de Haro (2006), per a l'individu autodeterminat, aprendre a neutralitzar qualsevol sensació de culpa és imprescindible, ja que la culpa immobilitza i paralitza l'individu i lliguen a l'individu a un passat immodificable. Allò que importa realment és el present: com gestionar-se aquí i ara.

En el terreny econòmic, l'autodeterminació és sinònim d'emprenedoria. L'emprenedor es presenta com el motor de la producció de riquesa, com l'individu autònom que innova, que inventa, que aplica idees creatives per obrir noves possibilitats de consum. Avui dia, l'emprenedor és qualsevol i ens sentim obligats a ser emprenedors. Tot ciutadà es converteix en un potencial emprenedor en les societats neoliberals. El discurs de l'emprenedoria està present

constantment en els mitjans de comunicació, en les universitats, en Màsters, en cursos de formació, en revistes, en beques públiques, etc., i va dirigit a conscienciar a tota la població que emprendre és una actitud –sana i necessària– que qualsevol pot tenir i posar en marxa si s’ho proposa.

Tots els mitjans que esmentàvem anteriorment fan ús del llenguatge de l’autodeterminació, característic de la literatura d’autoajuda, del *coaching* i de la Psicologia Positiva, per definir el conjunt de capacitats, actituds i motivacions que conformen la psicologia de l’emprenedor i que resulta en un discurs dominant que és pràcticament intercanviable sigui quina sigui la font de la qual prolifera.

Sota aquest discurs omnipresent de l’emprenedoria, el neosubjecte no es veu a si mateix com a un treballador, encara que ho sigui, sinó que es percep com un ésser lliure i independent, com un individu autònom que no pertany a cap classe i que té les mateixes oportunitats que els altres, encara que no les tingui. El discurs de l’emprenedoria oculta ambdós fets, com afirma Cabanas (2013), defensant que l’individu ja no ven força de treball, sinó talent, o el que és el mateix, un capital humà que s’entén com el principal mitjà de producció, del qual el mateix individu n’és propietari i que tot ciutadà té en potència i de forma particular.

D’acord amb el que diuen Marzano (2012) i Cabanas (2013), en aquest discurs hi ha una sèrie de contradiccions que es fan evidents quan es confronten amb la realitat econòmica. La primera d’elles és que el capitalisme és inviable sense grans masses d’assalariats que venguin la seva força de treball al millor postor; la segona, és que l’individu no és ni únic ni imprescindible, sinó completament reemplaçable i, tercer, que l’autonomia personal és definida i únicament operativa dins dels marges de rendibilitat, eficiència i productivitat que imposa el mercat en general i les empreses en particular.

4. Les tecnologies del jo al segle XXI: el cas de Facebook

Com hem vist al llarg del treball, el sistema capitalista neoliberal ha estat productor d'una nova manera de viure i de relacionar-nos. Aquesta remodelació ha obligat l'individu a viure en un univers de competició generalitzada, organitzant les relacions socials segons el model del mercat i transformant la pròpia persona, que ha estat conduïda a concebre's com una empresa.

En el segle XXI, l'emergència de les tecnologies digitals i la irrupció de les xarxes socials, han suposat una nova manera de comunicar-nos, no només amb nosaltres mateixos, sinó també amb els altres. Estem sent participants, doncs, d'una nova mutació en les formes de subjectivitat en la qual el subjecte empresari de si mateix adquireix una nova dimensió. En aquest capítol volem presentar, tot i que de manera breu, els canvis que s'estan produint en la nostra contemporaneïtat i obrir una reflexió sobre com estan afectant a la creació de subjectivitats.

L'exemple més significatiu de les xarxes socials és Facebook, i és a la qual ens referirem en aquest capítol. Aquesta eina —que té 1.650 milions d'usuaris— ofereix a l'individu la possibilitat de convertir la seva vida en una biografia digital. A Facebook, el subjecte hi pot dipositar la seva vida afectiva, la seva intimitat. El procés de construcció del perfil individual en aquesta xarxa permet que l'individu organitzi i triï les característiques de la seva identitat que desitja projectar. D'aquesta manera, els destinataris es converteixen en productors i protagonistes, els quals entren en relació amb altres productors, com explica Serrano (2016).

Per mitjà de Facebook, el subjecte empresari de si mateix té un nou dispositiu a través del qual construir-se a si mateix, però sobretot, d'exposar-se, perquè les xarxes socials impliquen una exposició constant. L'individu elabora una biografia simplista que Serrano qualifica com a fraudulenta, perquè la xarxa no construeix la vida, sinó que l'objectivitza i construeix una biografia que s'articula sense reflexió i amb fets que són irrelevants, dels quals l'usuari n'espera l'aprovació i l'adhesió dels altres per reafirmar-se.

A la biografia de Facebook, les incomoditats i dificultats pròpies de la vida queden desdibuixades o podríem dir que, directament, són inexistents. Precisament, això es pot relacionar amb el botó de “m'agrada”⁹, tan icònic a Facebook, i el qual no té contrari, és a dir, no hi ha l'opció de “no m'agrada”. En l'actualitat, la xarxa social sí disposa d'un ventall d'emocions o, seguint el vocabulari de Facebook, de reaccions a partir de les quals podem avaluar els

⁹ El botó “m'agrada”, que té associat el símbol del polze aixecat, serveix per mostrar l'aprovació vers un esdeveniment, una actitud o un missatge.

missatges, però per poder triar una d'aquestes reaccions sempre cal passar abans pel botó “m'agrada”. Aquest és un exemple de com Facebook elimina la dimensió conflictiva i frustrant de la vida i desprèn només positivitat¹⁰.

Per mitjà de les xarxes socials, el subjecte empresari de si mateix adquireix una nova connotació, la de narcisista, perquè la possibilitat de fer rellevant la seva vida esdevé gratificant. Encara que l'usuari no tingui consciència de ser empresari de si mateix, ho és, perquè busca la promoció, fa publicitat de si mateix. Aquesta publicitat no té una finalitat econòmica en relació a l'individu, però sí genera rendiments per a l'empresa. En tot cas, té una finalitat ètica i moral no explicitada: buscar una identitat que acumuli aprovacions.

La idea de felicitat en el capitalisme neoliberal es basa en la simple acumulació, sense saber exactament quina és la qualitat de les coses que s'acumulen. Es busca, també, una acumulació constant d'alegria, o com diu Serrano, dels seus succedanis, els quals són l'afirmació i el fet d'evitar desaprovacions. Això ha estat interioritzat perfectament per Facebook, que ofereix un tipus de felicitat impossible en el món real i permet acumular amics i aprovacions. En paraules de Serrano, “el empresario de sí mismo es entonces el empresario de la tarea que históricamente más ha interesado a los humanos, la tarea de la felicidad” (Serrano, 2016: 70).

La dimensió afectiva és clau en la xarxa social, ja que la intimitat, la gestió dels afectes, s'ha convertit en una mercaderia que se cedeix a una empresa. Sens dubte, les xarxes socials suposen una ampliació de les fronteres de comunicació i expressió, però alhora, la suposada autorealització que implica Facebook, és en realitat una nova forma de dominació i control del capitalisme neoliberal. L'afany d'aquest dispositiu per la mercaderia, en aquest cas, l'afectivitat i intimitat dels individus, genera riquesa i capital, es converteix, doncs, en el paradigma del capitalisme emocional del qual parlava Illouz (2010).

Aquest dispositiu, en termes de Foucault, té l'aspecte d'una eina que ens dóna una enorme llibertat de comunicació, a simple vista, però aquesta llibertat amaga una finalitat. Facebook és, doncs, una mostra del que Foucault denominava “la ironia del dispositiu”, això és, sotmetre's al dispositiu, fa sentir l'individu més lliure. La paraula llibertat s'ha banalitzat, reduint-se a l'àmbit de publicar qualsevol cosa a través de les xarxes socials o a l'acte de consumir. Hem inoculat la idea que com més connexió o accés a les tecnologies, més llibertat; però, en realitat, com més

¹⁰ A Facebook no li interessa el botó de “no m'agrada” per dos motius. El primer és perquè la negativitat no és productiva en termes econòmics. El segon, és perquè en una xarxa on l'usuari hi diposita una gran part de la seva vida afectiva i, a la vegada, de la seva identitat, no sembla recomanable trobar-se rebuigs i desaprovacions. Això voldria dir que la seva identitat és repudiada i acabaria fent que abandonés la xarxa. Si aquest fenomen es multiplica, l'entramat en qual se sustenta Facebook es vindria a baix.

connexió, més lligats ens trobem i més necessitats de consum es generen. L'usuari de la xarxa és empresari de si mateix no només per generar riquesa en el sentit estricte, tot i que també, sinó perquè per mitjà del dispositiu es construeix a si mateix amb els trets que defineixen l'èxit en el món capitalista, amb la suma d'adhesions i l'increment de capital, que en aquest cas es tracta de capital emocional. L'individu es converteix en productor no conscient d'aquesta “fàbrica d'intimitats” –en termes de Serrano– que és Facebook, això és, en productor de capital, a canvi de poder comunicar-se.

Avui dia, el poder no s'exterioritza tant com a violència o repressió, no s'ha de mostrar necessàriament excloent o censorador, ni tampoc s'oposa a la llibertat, sinó que com acabem de veure, en fa ús d'ella. Podríem considerar que el poder de l'època neoliberal contemporània adquireix cada vegada una forma més permissiva, tal com diu Han (2014). Les formes de poder del neoliberalisme actual tenen una forma subtil, flexible i intel·ligent i això fa que el subjecte ni tan sols sigui conscient de la seva submissió. Aquesta tècnica és vertaderament eficient, ja que té cura que l'individu se sotmeti a si mateix a un entramat de dominació, segons Han (2014)¹¹.

El poder del sistema neoliberal del segle XXI és denominat per Han (2014) poder intel·ligent, el qual es contraposa al poder disciplinari. El filòsof explica que la tècnica disciplinària no només opera sobre el cos, sinó també sobre la ment, però afirma que, “la psique no està en el punt de mira del poder disciplinari”¹² (Han, 2014: 20). La tècnica del poder neoliberal pretén conèixer els desitjos, necessitats i anhels que es troben a la psique dels subjectes i apropiat-se d'ells i Facebook és un dels dispositius dels quals disposa. En l'actualitat, ningú se sent vigilat o amenaçat, ans al contrari, se sent lliure. És per això que Han proposa una evolució de la representació del panòptic de Bentham i parla d'un panòptic digital. En contraposició a l'aïllament característic del panòptic benthamià, l'actual es caracteritza perquè els subjectes es connecten i es comuniquen incessantment entre ells. La vigilància centralitzada de l'antic panòptic difícilment podrà ser implementada en les temps de la digitalització, però el seu objectiu segueix present: que res ni ningú quedi sense control.

Una altra gran diferència entre ambdós poders és que el poder intel·ligent no opera contra la voluntat dels subjectes sotmesos. El poder intel·ligent és un poder que es basa en l'afirmació, més que no pas en la negació –precisament com fa Facebook– i és més seductor que repressor.

¹¹ Sobre aquestes paraules de Han (2014), Serrano (2016: 68) considera que més que un entramat de dominació, és un entramat on els afectes es converteixen de forma automàtica en una dada estadística, a la vegada que afirmen una posició moral determinada i van construint una biografia.

¹² Byung-Chul Han distingeix entre ment i psique. No obstant, no explica que entén per cadascun d'aquests conceptes.

La seva novetat és que s'esforça en generar emocions positives i en explotar-les; no es vol enfrontar al subjecte i actuar a través de prohibir i sostroure, just al contrari, vol donar-li facilitats, complaure'l i satisfer-lo. Així, el poder intel·ligent no imposa cap silenci, sinó que exigeix compartir, participar, comunicar les nostres opinions, necessitats i preferències; en definitiva, explicar la nostra vida i mercantilitzar els nostres afectes i emocions. Aquesta nova forma de poder es mostra amable i s'ajusta a la psique, en comptes de disciplinar-la i sotmetre-la a coaccions. En paraules del filòsof sud-coreà Byung-Chul Han:

“El poder inteligente de apariencia libre y amable, que estimula y seduce, es más efectivo que el poder que clasifica, amenaza y prescribe. El botón “me gusta” es su signo. Uno se somete al entramado de poder consumiendo y comunicándose, incluso haciendo clic en el botón de “me gusta”. El neoliberalismo es el capitalismo del “me gusta”. Se diferencia sustancialmente del capitalismo del siglo XIX, que operaba con coacciones y prohibiciones disciplinarias.” (Han, 2014: 17)

Les xarxes socials fan que siguem nosaltres mateixos els qui aboquem de manera voluntària els nostres pensaments, els quals són llegits i avaluats pel poder intel·ligent¹³ gràcies al Big Data¹⁴, un instrument molt eficient que permet adquirir un coneixement integral de la dinàmica inherent a la societat de la comunicació, com el defineix Han. D'aquesta manera, aquest poder no ha de superar cap resistència, no necessita la violència, ja que simplement succeeix. L'època en la qual els ciutadans s'enfrontaven a l'Estat perquè els volia arrabassar informació ha quedat enrere. Actualment, és el subjecte qui mostra i comparteix la seva intimitat i es revela sense cap tipus de coacció ni de prescripció. Puja a la xarxa tot tipus de dades i informacions sense saber exactament ni qui, ni què, ni quan, ni on es pot saber quelcom sobre ell, com afirma Han (2014).

El règim neoliberal pretén explotar la psique, segons Byung-Chul Han, per això el filòsof afirma que la biopolítica, que se servia de l'estadística de la població —com vèiem en el segon capítol d'aquest treball— no és suficient per explicar el capitalisme neoliberal de principis del segle XXI, ja que en la biopolítica no es contemplava l'accés a allò psíquic, tal com explica Han “el neoliberalismo como una nueva forma de evolución, incluso como una forma de mutación del capitalismo, no se ocupa primeramente de lo «biológico, somático, corporal». Por el contrario, descubre la psique como fuerza productiva” (2014: 42). Per aquest motiu, Han suggereix que aquest gir cap a la psique té una conseqüència, i és el gir de la biopolítica cap al que

¹³ Han tracta el poder intel·ligent com un ens invisible que ens vigila i ens controla.

¹⁴ El Big Data és un gran negoci, ja que les dades personals abocades pels propis individus són capitalitzades i comercialitzades per complet. Es comercia amb els subjectes com paquets de dades susceptibles de ser explotats econòmicament. El Big Data suggereix un coneixement absolut, permet intervenir en la psique, condicionar-la i fer pronòstics sobre el comportament humà. A més, permet fer pronòstics sobre el comportament humà, d'aquesta manera, el futur es converteix en predictable i controlable. Tot és mesurable i quantificable i cal tenir present que el Big Data mai oblida res.

l'autor denomina, psicopolítica¹⁵. Reproduint les paraules del filòsof:

“La psicopolítica neoliberal encuentra siempre formas más refinadas de explotación. Numerosos seminarios y talleres de management personal e inteligencia emocional, así como jornadas de *coaching* empresarial y liderazgo prometen una optimización personal y el incremento de la eficiencia sin límite. Todos están controlados por la técnica de dominación neoliberal, cuyo fin no solo es explotar el tiempo de trabajo, sino también a toda la persona, la atención total, incluso la vida misma. Descubre al hombre y lo convierte en objeto de explotación.” (Han, 2014: 27)

En definitiva, les xarxes socials són ambivalents. D'una banda, són eines molt poderoses per a la comunicació i la informació, alhora, han animat a la consecució de processos de revolució democràtica –per exemple la denominada “primavera àrab”–, però de l'altra, són també una tecnologia de control i vigilància, que per mitjà de la informació acumulable pel Big Data, emmagatzemen totes les dades disponibles de qualsevol individu: els contactes, les opinions de tot tipus, els gustos musicals, sexuals i polítics. La vida esdevé transparent i es converteix en un objecte del màrqueting, que és contínuament auditable i avaluable tant en el seu acompliment actual com a l'hora de realitzar previsions futures.

Les xarxes socials són un dispositiu més del neoliberalisme del segle XXI. Alhora, són tecnologies de producció, gestió i disseny d'una identitat monitoritzable i quantificable que es mesura en termes de “m'agrada”, *tweets*, *followers*, amistats, etc. La qüestió és gestionar-se com a mercaderia i esdevenir un capital, aconseguir que aquest no perdi valor i que pugui ser incrementat amb les inversions correctes. No es tracta només de Facebook, sinó que existeixen moltes altres xarxes socials que funcionen de manera anàloga en altres sectors del capital humà, per exemple, LinkedIn per gestionar la identitat professional; Academia.edu per al capital d'investigació; Tinder per a l'autogestió del capital eròtic-amorós, entre d'altres (Fernández de Rota, 2015). Tot això forma part de les transformacions de la governamentalitat neoliberal que han acompanyat l'auge del capitalisme financer en les últimes dècades.

¹⁵ En el seu llibre *Psicopolítica*, Byung-Chul Han reprèn una cita del filòsof francès Bernard Stiegler que recolza que els conceptes foucaultians de biopoder i biopolítica no poden acaparar els canvis que s'han produït en el nostre temps. Segons Stiegler, les psicotecnologies del psicopoder entrarien en escena en lloc del biopoder: “Tengo la impresión de que el biopoder que Foucault ha descrito convincentemente en un sentido histórico y geográfico, es decir, principalmente teniendo en cuenta Europa, no es el mismo poder que marca nuestra época presente”. Tots aquests termes (psicopolítica, psicopoder, psicotecnologia,) són molt recents i amb això no pretenem afirmar que els termes emprats per Foucault hagin perdut vigència.

5. Conclusions

Amb aquest treball ens hem proposat exposar el sorgiment d'un nou tipus de subjectivitat en el segle XX: el subjecte empresari de si. Hem partit de les qüestions culturals, socials, polítiques i econòmiques que contribuïren a la gestació d'aquest subjecte, fins a com les noves tecnologies i la irrupció de les xarxes socials al segle XXI estan produint una mutació en el subjecte neoliberal, conferint-li una nova dimensió narcisista i empenyent-lo a exposar-se constantment.

Hem volgut mostrar, a través de Foucault, Rose i Han, com els subjectes són produïts i reproduïts des del poder i com el neoliberalisme tracta de conduir les conductes sense imposicions. Hem vist que els poders tenen maneres diferents de manifestar-se i que no sempre prohibeixen, sinó que generen acció i són permissius.

Un altre dels temes claus que hem tractat ha estat l'aparició i difusió de les psicoteràpies, la integració d'aquestes en el món de l'empresa i la seva influència en la creació d'una nova tradició cultural i d'un nou discurs narratiu. La cultura de la teràpia ha comportat un nou acostament a la figura del jo, ha participat de la despolitització dels problemes i ha transformat el malestar social en malestar privat.

Com hem vist, el capitalisme del segle XX ha contribuït a reduir la complexitat de l'individu a un mer ésser productiu. L'aplicació del *neomanagement* en la gestió de l'individu ha provocat efectes nocius per al subjecte. L'autoexigència, l'excés de responsabilitat i la interiorització de l'exigència deshumanitzada dels mercats per part dels individus està afavorint una competició on el que importen són les fites, els objectius, en detriment dels mitjans. El resultat de les tècniques neoliberals ens condueixen a dos escenaris possibles: el del subjecte triomfador, el qual ha aconseguit èxit social a través de les premisses del management i les tècniques de si; i el subjecte deprimat, el qual ha fracassat davant dels processos impossibles d'aquestes mateixes tècniques de si atorgades per la mentalitat neoliberal. La depressió és l'altra cara de la moneda del rendiment, una resposta per part de l'individu que sota l'obligació de realitzar-se i de ser responsable de si mateix, es veu devorat per aquesta competició voraç a la que ens empeny el neoliberalisme. No obstant, el règim neoliberal també ha pensat en com treure partit dels perdedors. Els mercats, els medicaments, les manifestacions a través del *coaching*,

els llibres d'autoajuda o la llibreteràpia¹⁶ prenen el relleu de les estructures d'Estat que abans podien emparar les persones.

Les eines que contribueixen al desenvolupament d'aquest nou sistema d'individu, com el *coaching* que esmentàvem prèviament, han estat venudes com a tècniques de creixement personal, eines que han d'ajudar a millorar les febleses de la persona que impedeixen assolir la felicitat. Tanmateix, la vertadera finalitat ha estat camuflada, ja que l'interès essencial d'aquestes tècniques de si és aconseguir persones productives que generin beneficis en l'empresa o en les relacions socials a través de les modificacions de la conducta. A més, aquesta gestió tan individualitzada de la persona ha comportat un afebliment dels col·lectius i ha reforçat l'aïllament de l'individu. La subjectivitat neoliberal que hem intentat descriure potencia l'egoisme individual, en contra de la solidaritat col·lectiva.

Pel que fa al món professional, aquest ha patit una gran transformació, ja que s'ha convertit en un mer conjunt de transaccions puntuals, i no en un lloc de relacions socials que impliquin lleialtat i fidelitat. Tot i que el neoliberalisme pretén aconseguir una alineació entre home i empresa, al final ens veiem abocats a tot el contrari, a una alienació, la qual té greus efectes en la vida privada, en l'organització familiar i en la representació d'un mateix. El neoliberalisme amenaça amb corrompre les relacions entre éssers humans basant-se només en relacions d'interès i de productivitat, alhora, ha transformat el saber en capital, la cultura en entreteniment, el coneixement en informació, l'esforç en inversió, la identitat en consum, etc.

Hem volgut mostrar, també, que amb l'arribada del segle XXI estem assistint a una sèrie de canvis en les maneres de pensar i comunicar-nos a causa de l'ús de les noves tecnologies en la vida quotidiana. Això està implicant modificacions en les formes de subjectivitat contemporànies i està transformant les relacions socials. Alhora, hem vist com el capitalisme s'ha infiltrat en la dimensió afectiva i que disposa d'eines molt efectives per fer-ho, com és el cas de les xarxes socials i, concretament, de Facebook. Aquí, l'individu hi diposita dades personals, informa al món sobre la seva situació familiar, els llocs que visita, quins amics té, publica fotos personals, etc. Tot això sense preocupar-se qui en pot fer ús ni de si hi ha una forma segura d'eliminar aquest contingut. En definitiva, les xarxes socials s'han convertit en un aparador de les nostres vides.

¹⁶ La llibreteràpia és l'últim invent del *coaching*. Es tracta de visitar un "especialista" que, després d'unes preguntes, et recomana quin tipus de llibres has de comprar per poder superar els teus punts febles o potenciar el que el client vulgui millorar. La sessió costa 110 euros.

El subjecte neoliberal, que es comporta com un empresari de si mateix, s'està convertint cada vegada més en un subjecte passiu davant de la realitat social i política, això sí, és un subjecte totalment actiu en les xarxes socials, lloc on manifesta la seva "llibertat" per mitjà d'actualitzacions constants del seu estat i la publicació de missatges. Busca la felicitat en acumular amics i acumular l'aprovació dels altres sobre tot allò que publica. Així, hem vist que conceptes tan transcendents i significatius per al subjecte, com llibertat i felicitat, han estat reformulats.

El panorama contemporani ens està confrontant amb nous fenòmens i és interessant que la filosofia hi pugui aportar una mirada crítica i reflexioni sobre el que succeeix. Conceptes com subjectivitat i identitat, segurament, caldrà que siguin replantejats per poder continuar reflexionant sobre com fenòmens com Facebook incideixen en la conformació de noves subjectivitats i en els comportaments socials.

6. Bibliografía

- Bauman, Z. (2013). Es necesaria una nueva batalla cultural. *Nueva Sociedad*, 247, 81-89.
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. México: FCE.
- Becker, G. S. (1983). *El capital humano*, Madrid, Alianza.
- Cabanas, E. (2013). La felicidad como imperativo moral: origen y difusión del individualismo "positivo" en el capitalismo neoliberal y sus efectos en la construcción de la subjetividad. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Madrid.
- Campillo, A. (2001). "Para una crítica de la Revolución. La filosofía política de Michel Foucault". *La invención del sujeto*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- Castells, M. (2000). *La era de la información*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2004). *La sociedad Red: una visión global*. Madrid: Alianza.
- Debord, G. (2000). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.
- Deleuze, G. (1999). *Conversaciones. 1972-1990*. Traducción de José Luis Pardo. Valencia: Pre-textos.
- Díez Gutiérrez, E.J. (2014a). La cultura del emprendimiento: educar en el capitalismo. *Cuadernos de Pedagogía* 445, pp. 50-53.
- Díez Gutiérrez, E.J. (2014b). La construcción educativa del nuevo sujeto neoliberal. *El viejo topo*, 320, pp.39-47.
- Díez Gutiérrez, E.J. (2015). La educación de la nueva subjetividad neoliberal. *Revista Iberoamericana de educación*, 68, pp. 157-172.
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Introducción de M. Morey. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Foucault, M. (2002). *La arqueología del saber*. Traducción de Aurelio Garzón del Camino. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Traducción de Aurelio Garzón del Camino. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, territorio, población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica*. Curso del Collège de France (1978-1979). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2012). *Historia de la sexualidad, 2. El uso de los placeres*. Traducción de Martí Soler. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Gerken, K. J. (1991). *El yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós.
- Giddens, A. (2008). *Las consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.

- Goleman, D. (1996). *Inteligencia emocional*. Barcelona: Kairós.
- Han, B-C. (2012). *La societat del cansament*. Barcelona: Herder Editorial.
- Han, B-C. (2013). *La societat de la transparència*. Barcelona: Herder Editorial.
- Han, B-C. (2014). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder Editorial.
- Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Madrid: Katz.
- Illouz, E. (2010). *La salvación del alma moderna. Terapia, emociones y la cultura de la autoayuda*. Traducción de Santiago Llach. Katz. Madrid.
- Laval, C. i P. Dardot. (2013). *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa.
- Lazzarato, M. i A. Negri (2001). *Trabajo inmaterial. Formas de vida y producción de subjetividad*. Río de Janeiro: DP&A Editora.
- López Álvarez, P. (2010). Biopolítica, liberalismo y neoliberalismo: acción política y gestión de la vida en el último Foucault. S. Arribas, G. Cano i J. Ugarte (coords.), *Hacer vivir, dejar morir. Biopolítica y capitalismo*. Madrid, CSIC/La Catarata, pp. 39-61.
- Mardazo, M. (2012). *Programados para triunfar. Nuevo capitalismo, gestión empresarial y vida privada*. Barcelona: Tusquets.
- Roldán Cruz, A. (2010). *El discurso de autoayuda y la construcción del sí mismo en las sociedades contemporáneas*. Treball de grau. Pontificia Universidad Javeriana.
- Rose, N. (1999). *Governing the soul: the shaping of the private self*. London: Free Association Books.
- Sennet, R. (2000). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.
- Serrano Marín, V. (2016). *Fraudebook. Lo que la red social hace con nuestras vidas*. Madrid: Plaza y Valdés Editores.
- Vázquez García, F. (2005). 'Empresarios de nosotros mismos'. Biopolítica, mercado y soberanía en la gubernamentalidad neoliberal. A J. Ugarte (ed.), *La administración de la vida. Estudios biopolíticos*, Barcelona: Anthropos, pp.73-103.
- Verdú, V. (2003). *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*. Barcelona: Anagrama.

Fonts electròniques

- Alemán, J. (2013). Neoliberalismo y subjetividad. Publicat a *Página 12* (14/03/2013) Disponible a [<http://www.pagina12.com.ar/diario/contratapa/13-215793-2013-03-14.html>]

- Ampudia de Haro, F. (2006). Administrar el yo: literatura de autoayuda y gestión del comportamiento y los afectos. *Reis. Revista española de investigaciones sociológicas*, 113, pp.49-72. Disponible a [<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1993709.pdf>]
- Ávila, M. (2010). Biopolítica: neoliberalismo y subjetividad, *Revista Paralaje* 5, pp. 55-66. Disponible a [<http://www.paralaje.cl/wp-content/uploads/2014/11/5-4-AVILA-DOSSIER-123-425-1-PB.pdf>]
- Bolívar, A. (2014). El emprendimiento como ideología. Publicat a Bloc Canal de Educación (5/05/2014). Disponible a [<http://www.blogcanaleducacion.es/el-emprendimiento-como-ideologia>]
- Caparrós, M. (2015). Los libros curan. Publicat a *El País* (2/06/2015). Disponible a [http://elpais.com/elpais/2015/06/01/eps/1433170885_213081.html]
- Fernández de Rota, A. (2015). Transparencia y disciplina neoliberal. El caso de Guillermo Zapata. Publicat a *Periódico Diagonal* (16/06/2015). Disponible a [<https://www.diagonalperiodico.net/blogs/fundaciondeloscomunes/transparencia-y-disciplina-neoliberal-caso-guillermo-zapata.html>]
- González Aguirre, P. (2012). Redes sociales y la creación de subjetividad en los jóvenes. *IXAYA. Revista Universitaria de Desarrollo Social*, pp. 131-142. Disponible a [<http://www.ixaya.cucsh.udg.mx/sites/default/files/vitrina2.pdf>]
- Hernández García Rebollo, E. (2012). Facebook: una subjetividad evanescente. *Tramas*, 36, pp. 99-125. Disponible a [http://tramas.xoc.uam.mx/tabla_contenido.php?id_fasciculo=603]
- Mora, V.L. (2015). La opacidad, Han, la opacidad. Un acercamiento al pensamiento de Byung-Chul Han. Publicat a *El estado mental* (7/02/2015). Disponible a [<https://elestadomental.com/diario/la-opacidad-han-la-opacidad>]
- Roca Jusmet, L. (2013). Nikolas Rose: Cómo funciona realmente el poder en las sociedades liberales contemporáneas. Publicat al blog *Materiales para pensar* (11/11/2013). Disponible a [<http://luisroca13.blogspot.com.es/2013/04/nikolas-rose-como-funciona-realmente-el.html>]
- Rowan, J. (2012). Marcas, sujetos-empresa y otras formas de vida contemporánea. *Quimera: Revista de literatura*, 340, pp. 48-53. Disponible a [http://www.demasiadosuperavit.net/wp-content/uploads/2012/03/marcas_sujetos_empresa_rowan.pdf]