

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de nivel superior según Acuerdo Secretarial 15018,
publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976

DOCTORADO EN ESTUDIOS CIENTÍFICO-SOCIALES



TRAMAS DE SUBJETIVACIÓN DE LOS AGENTES DE LA MEJORA PERSONAL. PENSAMIENTO POSITIVO EN FACEBOOK.

Tesis que para obtener el título de
DOCTOR EN ESTUDIOS CIENTÍFICO-SOCIALES

Presenta: Gabriel Barrón Pérez

Directora de tesis: Doctora Diana Sagástegui Rodríguez

Tlaquepaque Jalisco, 1 de noviembre de 2017

Resumen

Hay numerosos fenómenos de la cultura contemporánea donde tienen lugar procesos de subjetivación modelados por el pensamiento positivo; es decir, por una lógica terapéutica que da por sentado que los individuos deben cuidar de sí mediante la concienciación y manipulación de sus emociones y de sus maneras de pensar. Esta tesis doctoral es el producto de la exploración de los procesos de subjetivación operados por dicha lógica que tienen lugar en prácticas comunicativas mediadas por Facebook de sujetos que aquí se denominan “agentes de la mejora personal”. Así, comprendiendo que “tramas de subjetivación positiva” son discursos socialmente contruidos que suministran modelos psicológicos y de conducta positivos para el cuidado de sí a través de los que las personas se auto-producen, aquí se describen e interpretan, desde una postura multidisciplinar, tramas que se detectan en el nivel enunciativo de las prácticas estudiadas.

De este modo, el autor describe las tramas “Se feliz”, “Despierta, sueña”, “Resiste”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar” y “Libérate” y las interpreta como la articulación de una propuesta dramática de autorrealización, y como discursos actualizados por el pensamiento positivo, cuyo empleo sugiere que es una forma de espiritualizar la precariedad conforme a valores éticos vinculados con el neoliberalismo.

Abstract

There are numerous phenomena of contemporary culture where processes of subjectivation modeled by positive thinking take place; that is, by a therapeutic logic that assumes that individuals must take care of themselves through the awareness and manipulation of their emotions and their ways of thinking. This doctoral thesis is the product of the exploration of the processes of subjectivation operated by this logic that takes place in communicative practices mediated by Facebook of subjects that are here called "agents of personal improvement". Thus, understanding that "frames of positive subjectivation" are socially constructed discourses that provide positive psychological and behavioral models for self-care through which people self-produce, here they are described and interpreted, from a multidisciplinary stance, frames that are detected at the enunciative level of the practices studied.

In this way, the author describes the plots "Be happy", "Wake up, dream", "Resist", "Live the present", "Learn to feel and think" and "Free yourself" and interpret them as the articulation of a proposal dramatic self-realization, and as discourses updated by positive thinking, whose use suggests that it is a way of spiritualizing precariousness in accordance with ethical values linked to neoliberalism.

Índice

Introducción	17
Capítulo 1 Tras las huellas de la subjetivación positiva	21
1.1 El objeto: La espiritualización del agente de la mejora personal	29
Capítulo 2 Claves para interpretar tramas de subjetivación positiva.....	43
2.1 Claves Hermenéuticas	46
2.1.1 Escenario teórico de los procesos de subjetivación	47
2.1.2 El pensamiento positivo en el espejo de la negatividad.....	51
2.2. Proyecto de sí: dimensión mediática y hermenéutica del agente de la mejora personal	64
2.2.1 “Proyecto de sí”: estrategia expresiva	64
2.2.2 Proyecto de sí: estrategia performativa de la auto-comprensión.....	66
2.3 Cultura terapéutica de la autoayuda	73
2.3.1 Un vistazo al origen multifactorial de la autoayuda.....	74
2.3.2. El cuidado de sí discursivo.....	78
2.3.3. Autoayuda: Tensiones de la psiquis contemporánea	88
2.4. Facebook: Ecosistema enjambre.....	100
2.4.1. Facebook: Subjetividades hipermediadas	101

2.4.2. Ecosistema enjambre.....	103
Capítulo 3 Escenarios metodológicos.....	109
3.1. Diseño metodológico: Presupuestos de la perspectiva cualitativa y la etnografía virtual	110
3.1.1. La etnografía virtual	115
3.2. La construcción del corpus textual	119
3.2.1. Elementos contextuales y descriptivos del terreno observado	120
3.2.2. Captura de pantallas	123
3.2.3. Entrevistas conceptuales	125
3.2.4. Recuperación heurística de productos culturales.....	130
3.2.5. Cuadernos de notas	138
3.3. Discernimiento semántico	140
Capítulo 4 Horizontes positivos.....	145
Instantáneas	148
Capítulo 5 Tramas de subjetivación enunciativas: una descripción.....	179
5.1. Descripción de tramas de subjetivación enunciativas	181
5.1.1. “Sé feliz”	182
5.1.2. “Despierta, sueña”	184
5.1.3. “Resiste”	187

5.1.4. “Vive el presente”	188
5.1.5. “Aprende a sentir y a pensar”	190
5.1.6. “Libérate”	199
5.2. Otras iteraciones importantes: personajes y posiciones subjetivas de adherencia.	204
Capítulo 6 De gurús, Drama y Precariedad	225
6.1. El gurú: proyección reflexiva y mediática.....	227
6.2. Autorrealización dramática y examen de la conciencia.....	232
6.2.1. Proyecto: estrategia expresiva y de comprensión biográfica	236
6.2.2. Facebook: espacio dramático	237
6.2.3. Examen de consciencia positivo.....	241
6.3. Actualización positiva y espiritualización de la precariedad	246
6.3.1. Actualización positiva: simplificación	247
6.3.2. Espiritualización de la precariedad	253
Conclusiones La codificación espiritual positiva y las rutas inexploradas	265
1. Codificación espiritual positiva: algunas respuestas	267
1.1. Tramas de subjetivación enunciativas.....	267
1.2. Agente de la mejora personal: Gurú.....	268
1.3. El drama de la autorrealización	269

1.4. Actualización positiva y espiritualización de la precariedad	270
2. Aportes entusiastas y retos	272
Referencias	275

Lista de tablas y figuras

Tablas

Tabla 1. Fichas biográficas de los agentes de la mejora personal entrevistados.	130
---	-----

Figuras

Figura 1. Práctica “creación”.....	31
Figura 2. Práctica “curaduría”.	32
Figura 3. Práctica “divulgación”.	33
Figura 4. La felicidad como fundamento axiomático.....	49
Figura 5. La felicidad como fundamento axiomático.....	49
Figura 6. Crítica paradójica al pensamiento positivo.	127
Figura 7. Crítica paradójica al pensamiento positivo.	128
Figura 8. Producto cultural positivo: Campaña/concurso mediatizado gubernamental. ...	132
Figura 9. Producto cultural positivo: literatura motivacional.....	133
Figura 10. Producto cultural positivo: Producción audiovisual.	134
Figura 11. Producto cultural positivo: Publicación periódica de institución educativa. ...	135
Figura 12. Producto cultural positivo: Ensayo universitario.	136

Figura 13. Producto cultural positivo: Insumo etnográfico.....	137
Figura 14. Recuperación sistemática y holística personal.....	138
Figura 15. Manejo de riesgos	156
Figura 16. Pensamiento positivo como herramienta para sostener la imagen de sí mismo.	164
Figura 17. Fotograma de una conferencia de Marco Antonio Regil sobre los puntos medulares de la guía de cultura financiera de Robert Kiyosaki.	169
Figura 18. Catarsis positiva.	177
Figura 19. Convivencia de dos o más tramas enunciativas en una sola práctica.	182
Figura 20. Trama “Sé feliz”.....	183
Figura 21. Trama “Despierta sueña”.	185
Figura 22. Trama “Despierta, sueña”.	185
Figura 23. Trama “Despierta, sueña”.	186
Figura 24. Trama “Despierta, sueña”.	187
Figura 25. Trama “Resiste”.	188
Figura 26. Trama “Vive el presente”.....	189
Figura 27. Trama “Vive el presente”.....	190
Figura 28. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, con énfasis en el amor romántico.	192
Figura 29. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, con énfasis en el amor romántico.	192

Figura 30. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, con énfasis en el amor romántico.	193
Figura 31. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una sola entidad psico-orgánica.	195
Figura 32. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una sola entidad psico-orgánica.	196
Figura 33. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una tecnología programable.	197
Figura 34. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una tecnología programable.	197
Figura 35. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, desde la perspectiva del mindfulness. .	198
Figura 36. Ejemplo de la trama “Aprende a sentir y a pensar”, desde la perspectiva del mindfulness.....	199
Figura 37. Trama “Libérate” de tu temor por lo nuevo.	200
Figura 38. Trama “Libérate” de tu temor por lo nuevo.	201
Figura 39. Trama “Libérate” como sistema de pensamiento o filosofía personal.....	202
Figura 40. Trama “Libérate” como sistema de pensamiento o filosofía personal.....	203
Figura 41. Personajes empleados como modelo de conducta y voluntad positivas.	205
Figura 42. Personajes empleados como modelo de conducta y voluntad positivas.	206
Figura 43. Frases motivacionales atribuidas a autores reconocidos por la crítica literaria.	207

Figura 44. Frases motivacionales atribuidas a autores reconocidos por la crítica literaria.	208
Figura 45. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer”.	209
Figura 46. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer”.	210
Figura 47. Adscripción a la posición subjetiva “Maestro”.	211
Figura 48. Adscripción a la posición subjetiva “Deportista”.	211
Figura 49. Adscripción a la posición subjetiva “Viajero”.	212
Figura 50. Adscripción a la posición subjetiva “Viajero”	213
Figura 51. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer” alrededor de la trama “Libérate”.	215
Figura 52. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer” alrededor de la trama “Libérate”.	216
Figura 53. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer” alrededor de la trama “Libérate”.	217
Figura 54. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer” alrededor de la trama “Libérate”.	218
Figura 55. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer” alrededor de la trama “Libérate”.	219
Figura 56. Adscripción a la posición subjetiva “Joven”	220
Figura 57. Adscripción a la posición subjetiva “Joven”.	221
Figura 58. Adscripción a la posición subjetiva “Emprendedor”.	222

Figura 59. Adscripción a la posición subjetiva “Emprendedor”.....	223
Figura 60. Mujeres emprendedoras: autorrealización a partir de la crisis.....	233
Figura 61. Doble sentido proyectual de las prácticas de los agentes.....	236
Figura 62. Facebook practicado como espacio dramático.....	239
Figura 63. Prácticas comprendidas como formas de examen de la conciencia.....	243
Figura 64. Actualización positiva de discursos históricamente disponibles.	247
Figura 65. La felicidad como factor emocional que coincide o se funde con la autorrealización.	249
Figura 66. Espiritualización de la precariedad como condición socio-ontológica.....	257
Figura 67. Espiritualización de la precariedad como condición cultural.	259
Figura 68. Espiritualización de la precariedad como estrategia de gobierno neoliberal...	261

Agradecimientos

Introducción

Mi madre murió en 2009 de cáncer en los pulmones después de casi dos años de que los especialistas lo diagnosticaran. Nunca fumó, comía de manera saludable, salía por las mañanas a hacer unas caminatas que se extendían por más de una hora. Era una persona sencilla y alegre que siempre encontraba motivos para conversar con quien fuera. Mientras estuvo enferma no era raro que médicos, otros pacientes o amigos le preguntaran si recientemente había tenido una pena muy grande, si había guardado una tristeza profunda: seguro que ello, que ese silencio, había influido para que el cáncer apareciera porque, *como todo mundo sabe*, quedarse con una tristeza baja las defensas y es entonces que el cáncer aparece; como *todo mundo sabe*, ser positivo o *pensar positivamente* es una clave para la buena salud: yo mismo, sin verdaderamente haberlo hecho consciente, lo creía así. Mi madre dudaba y decía que no sabía, que no había pasado nada en particular pero que quién sabe. No podría estar seguro de ello, pero desde entonces he considerado que se sentía culpable por la enfermedad que, a pesar de todas las infusiones de radiación y de positividad que recibía, terminó por matarla.

Antes de esto sólo reconocía a la autoayuda o al pensamiento positivo por sus autores, por programas de televisión y de radio, por su carácter paradójicamente naïf.

Dos años después, al abrir mi cuenta de Facebook, comencé a notar que una parte significativa de mis contactos *posteaban* o hacían comentarios con frases, imágenes o reflexiones personales en donde se repetía tácito el mensaje de positividad, de hacerse conscientes de sí mismos para ser felices y de la necesidad de desalentar lo negativo como clave para estar bien, tener éxito y ser feliz todos los días de la vida. Mensajes sobre la importancia de controlar y programar nuestras emociones; de no culpar a nadie más que a uno mismo de lo mal que se está; de lo infértil y negativo que es quejarse; de pensar positivamente para hacer que lo bueno entre en tu vida; de cuidarte primero a ti mismo para después poder cuidar a los demás; de rechazar a las personas, las situaciones o los

pensamientos lesivos y tóxicos; de cómo la energía de nuestros pensamientos puede conquistarlo todo, incluso el futuro, si ponemos continuamente todo nuestro empeño en ello; de cómo permanecer en un trabajo durante mucho tiempo es símbolo de miedo y ruina profesional y personal; de cómo la felicidad es esencial para ser un mismo y abandonar los sueños es el peor de los fracasos porque significa ya no ser uno mismo. En suma, una serie de mensajes donde se socializan programas de comportamiento para controlar y manipular de manera consciente nuestras formas de sentir con el propósito de ser nosotros mismos y, en su lógica, de ser felices y autorrealizados.

La asunción de que mi madre se sentía culpable de su muerte debido a una idea que circula socialmente como axioma y el modo en que mis contactos de Facebook aconsejaban públicamente sus visiones personales sobre la forma consciente de hacerse a sí mismos, los he considerado indicios de un fenómeno terapéutico cuyo elemento epistémico común, el pensamiento positivo, es valioso de ser sistematizado y estudiado. Por ello –dejando de lado el pasaje personal– el hecho de que haya numerosas publicaciones positivas en mi red social, más que ser una coincidencia en la forma y el medio utilizado para expresar consejos de mejora personal, la asumí como un caso ejemplar y asequible de un universo todavía indeterminado de situaciones donde se puede observar lo que asumo como la conformación de procesos de subjetivación organizados sobre el principio terapéutico positivo de que, más allá de sus circunstancias, el sujeto tiene la responsabilidad y las capacidades reflexivas y emocionales para controlar y manipular conscientemente su propia vida.

Bajo la premisa de que “los hombres hacen su propia historia, pero no la hacen a su libre arbitrio, bajo circunstancias elegidas por ellos mismos, sino bajo aquellas circunstancias con que se encuentran directamente, que existen y transmiten el pasado” (Marx, 1972, p. 15), y en el marco institucional del Doctorado en Estudios Científico-Sociales del ITESO, el modo en que abordé estos procesos es a través de lo que denomino “tramas de subjetivación positiva”.

Con este constructo clave –retomado nominalmente de Clifford Geertz (2003)– procuro nombrar la forma en que la cultura terapéutica positiva se concreta en las palabras de las

personas y, al mismo tiempo, la forma en que la persona se hace sujeto de esta lógica terapéutica mediante la reproducción de discursos social e históricamente construidos que han sido actualizados por el pensamiento positivo.

Con base en el tejido de escenarios teóricos multidisciplinarios que pretenden ahondar el sentido ontológico, hermenéutico y espiritual del pensamiento positivo de modo que pueda distinguirse teóricamente del fenómeno cultural de la autoayuda, este trabajo doctoral es la descripción e interpretación de tramas que tienen lugar en prácticas de comunicación mediadas por Facebook. “Sé feliz”, “Despierta, sueña”, “Resiste”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar” y “Libérate” son tramas que articulan a nivel enunciativo el dispositivo epistémico positivo. Es decir, a través de la actualización de los discursos de la felicidad, de la ensoñación, de la resistencia, de la vivencia plena del presente, del conocimiento de sí mismo y de la libertad, la lógica terapéutica positiva se reproduce, por un lado, como una estrategia de los sujetos para comunicarse con su interioridad espiritual y para caracterizarse mediáticamente como individuos reflexivos y, por otro lado, como un dispositivo cuyo modelamiento de la interioridad espiritual de los sujetos –vía la precarización– corresponde con valores vinculados a la ética neoliberal como la transparencia, la eficacia pragmática y la capacidad de adaptación a entornos negativos.

Ahora bien, debo advertir que el lector encontrará la formulación de lo que considero un objeto de estudio emergente cuyos límites, conforme avancé en su construcción, terminaron por desbordar la capacidad personal y temporal para encararlos de manera satisfactoria. Hay categorías de análisis –como las tramas de subjetivación correspondientes a los niveles semánticos de lo narrativo y lo simbólico– y rutas analíticas –como el recorrido sincrónico del pensamiento positivo y de las tramas de subjetivación enunciativas– que ofrecen la posibilidad de continuar con este trabajo de investigación, como se verá en las conclusiones.

Pese a estas carencias, confío en que los hallazgos exploratorios de este trabajo motiven el estudio sistemático y la meditación imaginativa acerca del lugar del pensamiento positivo en la cultura terapéutica contemporánea en tanto dispositivo de modelamiento emocional y espiritual vinculado al neoliberalismo, sobre las formas en que configura subjetividades

resilientes en entornos precarizantes y la manera en que actualiza procesos de espiritualización tradicionalmente ligados a las esferas culturales de la religión.

El documento está compuesto de seis capítulos y las conclusiones. En el primero construyo a la subjetivación en términos de la lógica terapéutica positiva como el problema de investigación, a las prácticas comunicativas mediadas por Facebook como el objeto, al agente de la mejora personal como el sujeto, y, además, planteo la pregunta de investigación e hipótesis. En el segundo y tercero describo los encuadres teóricos y las decisiones metodológicas que definieron el objeto y le ofrecieron perspectiva analítica. El cuarto capítulo tiene la función de presentar al agente de la mejora personal como el sujeto de la investigación, esto a través de la recreación de imágenes que figuran sus formas de ser y su orbe cultural de sentido. El quinto y sexto describen e interpretan, en ese orden, las tramas de subjetivación enunciativas que se detectan en las prácticas comunicativas de los sujetos. Para finalizar, en las conclusiones recupero los puntos torales que resultan de la investigación, así como una recapitulación de las carencias y las perspectivas que implica esta exploración.

Capítulo 1

Tras las huellas de la subjetivación positiva

Fracasar para reinventarse, reinventarse para innovar
Eslogan de “Emplearte ITESO, 2017”

You’re gonna wake up
Anthony Robbins

*“Ser-fundamento” quiere decir, según esto, no ser dueño nunca y “desde el fundamento”, del más peculiar ser. Este “no” es inherente al sentido existencial del “estado yecto”.
“Siendo fundamento”, es el “ser ahí” mismo un “no ser” de sí mismo.
“No ser” no significa en manera alguna “no ser ante los ojos”, “no subsistir”, sino que significa un “no” que constituye este ser del “ser ahí”, su “estado yecto”.
Martin Heidegger*

Aunque la reflexión sobre los aspectos teóricos, filosóficos o psicológicos de la subjetividad tiene una historia que se hunde en los albores del razonamiento sistemático, fue hasta mediados del siglo pasado –en las obras de Foucault, Bourdieu, Williams, Giddens, Hall o Guattari– que el estudio de las condiciones sociales, políticas, económicas, culturales o epistémicas que participan en diferentes procesos de subjetivación se ha convertido en un objeto central de la ciencia social para comprender las maneras en que el mundo es habitado, experimentado e interpretado por las personas. Bajo esta forma de estudiar los hechos sociales, esta investigación es acerca del pensamiento positivo como condición epistémica que modela el cuidado de sí de las personas.

Hay numerosos, heterogéneos y extendidos fenómenos en la cultura contemporánea que muestran rastros de la constitución de subjetividades donde intervienen materiales para el cuidado de sí¹ que están formulados sobre la base de una forma positiva del pensamiento.

¹ El “cuidado de sí” es un constructo foucaultiano; se refiere a una práctica que tiene por objeto la auto transformación: “una práctica ascética, dando al ascetismo un sentido muy general, es decir, no el sentido de una moral de la renuncia, sino el del ejercicio de sí sobre sí por el cual uno procura elaborarse, transformarse e ingresar a un cierto modo de ser” (Foucault, 2001, p. 1527).

Desde el consumo de libros de superación personal en el que se afianza la industria editorial mundial; la positivización generalizada de la psicología terapéutica y su correspondiente generación de cursos, departamentos académicos o centros de investigación universitarios abocados al estudio científico y mensurable de la felicidad o el bienestar subjetivo; la emergencia de la figura del empresario como guía espiritual y modelo de individuación que personajes como Steve Jobs o Richard Branson encarnan; la preeminencia de las narrativas mediáticas de la autorrealización presentes en *talk-shows*, películas, series, eventos deportivos o programas radiofónicos; la difusión, en múltiples formatos mediáticos, de reflexiones o instrucciones para el cuidado o cura del cuerpo, de las emociones, de las relaciones interpersonales o de las empresas; hasta la confluencia de los políticos y la política con la cultura de autoayuda que personifican la producción literaria de Donald Trump, los cursos de motivación de la excandidata a la presidencia de México, Josefina Vázquez Mota, el hecho de que las conferencias dedicadas al *mindfulness* en el Foro Mundial Económico de Davos se haya duplicado entre 2008 y 2014 (Davies, 2015) o el vínculo sugerido entre la conformación y desarrollo de ISIS con las escuelas de autoayuda islámicas, de donde surgió Abu Musab al-Zarqawi como el líder y fundador del movimiento terrorista (*Anonymous*, 13 de agosto de 2015).

Si bien esta amplitud y complejidad de manifestaciones no parecería organizarse sobre patrones de subjetivación etarios, de género, históricos, sociales, políticos o económicos comunes, sí apuntan a mostrar diferentes y heterogéneos procesos de subjetivación que comparten el sustrato del pensamiento positivo. Seres humanos —en numerosas partes del mundo y de manera todavía indeterminada— se piensan y se dicen a sí mismos como individuos, como seres que buscan y construyen el sentido de sus existencias, como mujeres, jóvenes, empresarios, madres, enamorados, profesionistas, políticos o empleados echando mano, incluso sin saberlo, de la lógica terapéutica del pensamiento positivo.

Con el objetivo general de explorar cómo opera subjetivamente el pensamiento positivo, esta tesis es el estudio de construcciones socio-simbólicas a través de las que este tipo de pensamiento se naturaliza y participa en el modelamiento del mundo conceptual y espiritual con el que las personas nos hacemos y cuidamos de nosotros mismos.

Asumiendo que el pensamiento positivo es un estilo epistémico y terapéutico que reproduce programaciones motivacionales que promueven el cuidado y la mejora continuos y conscientes del comportamiento reflexivo y emocional cuyo objetivo es la autorrealización dentro de la convención social, con la noción “subjektivación positiva” procuro sintetizar al universo de procesos socio-simbólicos a través de los que las personas incorporan, naturalizan y reproducen la lógica terapéutica de que, allende sus circunstancias y trabas sociales, económicas, políticas e, incluso, más allá de su salud, tienen la capacidad y la obligación de continuamente modelarse, hacerse y mejorarse a sí mismas mediante la programación o reprogramación consciente de sus emociones, de su reflexividad y de sus actitudes con el fin de poder tener éxito, según las convenciones sociales, en entornos que experimentan como negativos.

A la luz de esta manera de comprender al pensamiento positivo en el horizonte vital y social de los individuos, la presente exploración de la subjektivación positiva esgrime herramientas de corte semiótico y hermenéutico; es decir, que del universo de posibilidades para ingresar al estudio de los procesos socio-simbólicos que dan forma a la subjektivación positiva, lo que en este trabajo doctoral propongo es acotar la exploración social del pensamiento positivo a la detección e interpretación multidisciplinar de tramas de subjektivación que rastreo en textos escritos por personas que emplean este estilo epistémico en sus prácticas comunicativas.

Este recorte ha implicado dos acciones. Primero, que habite el supuesto semiótico de que los modelos epistémicos se hacen visibles en las palabras de las personas; de que en las prácticas comunicativas tiene lugar y opera el pensamiento positivo a través de lo que denomino “tramas de subjektivación positiva”; esto es, discursos socialmente heredados y distribuidos que suministran patrones conductuales y psicológicos para el cuidado de sí modelados por el pensamiento positivo a través de los que las personas se auto-producen en sus prácticas. Segundo, que interprete este plexo de tramas a la luz de una comprensión multidisciplinar del pensamiento positivo que confecciono, por un lado, con base en su refracción teórica con la “Negatividad” (*Nichtigkeit*) –noción hermenéutica de corte heideggeriano (Heidegger, 1971; Han 2013; Agamben, 2003) que apunta a la idea de la imposibilidad ingénita de que el ser humano se dé a sí mismo en posesión–; y, por otro lado, en diálogo con estudios que

indagan, en general, sobre cómo el modelo terapéutico reproducido por la literatura de autoayuda es un dispositivo de control que tiende a normalizar la precariedad vinculada particularmente con las políticas económicas del neoliberalismo y la llamada “modernidad reflexiva”.

Un encuadre donde estas acciones cobran sentido es —siguiendo a Williams (1981) y Geertz (2003)— partir de la consideración teórica de que la cultura es un tejido semiótico de significaciones construidas por la propia sociedad que fungen como lógicas de comprensión a través de las que los individuos le dan sentido a su quehacer cotidiano y a sí mismos, y desde donde obran las normas, las estructuras y las instituciones sociales, las ideas, los valores y las creencias. En esta investigación la subjetivación positiva justo es pensada como un universo de múltiples procesos (experienciales, estéticos, sentimentales, históricos, familiares, laborales, discursivos, etc.) a través de los que se incorpora la lógica terapéutica del pensamiento positivo y, en dicho sentido, cuestionar las tramas de subjetivación significa cuestionar uno de esos indeterminados procesos que tienen lugar en determinadas situaciones; en este caso, acerca de cómo un plexo de discursos contruidos y reproducidos socialmente² operan al pensamiento positivo en prácticas comunicativas textuales de las personas³ e interpretar qué sentido hay en ello.

² El discurso social, además del universo empírico de voces que existen en un tiempo y lugar determinado, corresponde con “los sistemas genéricos, los repertorios tópicos, las reglas de encadenamiento de enunciados que, en una sociedad dada, organizan lo decible” (Angenot, 2010, p. 21). Es preciso subrayar que, más que colocar la atención en el carácter abstracto y estructural de los discursos o repertorios discursivos vinculados al pensamiento positivo que circulan socialmente, he querido enfatizar con el término “trama” la tensión que supone el componente situado, subjetivo y activo de la apropiación de la lógica terapéutica positiva.

³ Con base en el principio weberiano de que “el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido” (Geertz, 2003, p. 20), la caracterización que Clifford Geertz hace de estas estructuras o tramas de significación es un punto de partida que orienta el sentido que aquí le doy a “tramas de subjetivación positiva” como discursos socialmente heredados y distribuidos que configuran y operan la lógica terapéutica del pensamiento positivo y que suministran modelos psicológicos y de conducta para el cuidado de sí a través de los que las personas se auto-producen. El autor norteamericano señala que la cultura es una urdimbre de estructuras o tramas que “denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios con los cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida” (*Ibidem*, p.

La exploración (porque pienso que la labor del pensamiento no es tanto descubrir esencias como tantear y establecer cuestionamientos, y porque esta investigación se coloca en una situación fenoménica acotada respecto de lo que sería la hipotética totalidad de procesos de subjetivación positiva) de estas tramas ha supuesto dos objetivos interpretativos de trabajo que son intrínsecos. Primero, construir y describir, con base en un conjunto de herramientas de corte etnográfico y de análisis semántico del discurso, tramas de subjetivación en el nivel semántico enunciativo de prácticas comunicativas textuales que codifican el cuidado de sí desde una perspectiva positiva de un tipo particular de sujeto; segundo, interpretar el conjunto de tramas a la luz de una comprensión multidisciplinar del pensamiento positivo.

Dentro del horizonte de las ciencias sociales y con base en los resultados interpretativos de la indagación, el reconocimiento e interpretación de tramas de subjetivación positiva procura cinco propósitos. Uno, enriquecer la reflexión multidisciplinar y las formas de hacer visibles los materiales simbólicos o dispositivos culturales para el cuidado de sí. Dos, generar elementos teóricos para considerar al pensamiento positivo como un dispositivo que, en el marco de sociedades neoliberales o postindustriales, modela materiales culturales para el

88), que estas tramas son comportamientos o discursos socialmente contruidos que “suministran un patrón o un modelo para organizar procesos sociales y psicológicos” (*Ibidem*, p. 186) a través “de los cuales los hombres dan forma a su experiencia” (*Ibidem*, p. 262), que estas tramas “están superpuestas o entrelazadas (...), que son al mismo tiempo extrañas, irregulares, no explícitas” (*Ibidem*, p. 24), que “toda la cuestión del enfoque semiótico de la cultura estriba en obtener acceso al mundo conceptual con el que viven los sujetos” (*Ibidem*, p. 35) y que lo importante para el estudioso de la cultura consiste en acceder a “un discurso social y fijarlo en una forma susceptible de ser examinada” (*Ibidem*, p. 31).

Esta forma de comprender “tramas” tiene al menos tres efectos en mi trabajo. Primero, aunque Geertz también ofrece importancia a los comportamientos como vehículo para reconstruir teóricamente las tramas sociales que organizan los procesos de subjetivación, aquí me inclino por la observación de discursos debido a que, como se detalla más adelante, mi forma operativa de *acceder* y *fijar* las tramas de subjetivación es a través de prácticas comunicativas textuales que tienen lugar en Facebook; es decir, las tramas de subjetivación (de la “resistencia”, de la felicidad o el cuidado de sí, por ejemplo) ya están “fijadas” discursivamente en textos que son producidos o divulgados por los propios sujetos. Segundo, el hecho de que reconstruyo tramas de subjetivación a partir de prácticas comunicativas se debe a que parto de la noción de que estas prácticas incorporan el mundo conceptual con el que personas se cuidan a sí mismas y, simbólicamente, incorporan también el sentido que le otorgan al pensamiento positivo en sus maneras de subjetivarse. Tercero, que el conjunto de tramas que estudio lo asumo como un plexo de índole enunciativa que no opera de modo unificado y uniforme.

cuidado de sí que ayudan a que los sujetos establezcan procesos de espiritualización⁴. Tres, discernir parte del universo de tramas de subjetivación a través de las que opera el pensamiento positivo en las prácticas de las personas. Cuatro, proponer al pensamiento positivo como un sistema epistémico que participa especialmente en la construcción sociocultural de subjetividades que, siguiendo a Beck (1998), solucionan biográficamente las condiciones de riesgo que genera el sistema. Cinco, considerando que, acorde con la literatura sobre la cultura de la autoayuda, la abstracta subjetividad positiva estaría *sujetada* a un “falsa conciencia”, sería producida pasivamente por textos o seminarios motivacionales, estaría instruida para asumir las culpas de su propia precariedad, para experimentar positivamente la incertidumbre y para auto-regularse (Rose, 1999; Lombana, 2009; Souroujon, 2009; Rimkie, 2000; Papalini, 2005; Eherenreich, 2011), esta investigación procura, más bien, comprender parte del mecanismo operativo del pensamiento positivo a través de un escenario teórico y metodológico donde este es producido y desplegado por los propios sujetos.

Ahora bien, disciplinariamente, el estudio de la subjetivación positiva, a partir de la exploración de tramas de subjetivación de tipo enunciativo⁵ que cobran forma en prácticas de comunicación textual, en principio se inscribe en el campo de los estudios culturales sobre la autoayuda. Esto se debe a que la positivización, transparencia cognitiva y manipulación de la experiencia de sí está en la base que relaciona al pensamiento positivo, en tanto estilo epistemológico, y a la autoayuda, en cuanto el modo cultural generalizado del cuidado de sí en las sociedades modernas (Illouz, 2010; Ehrenreich, 2011; Papalini, 2010, 2013), pues los ejes que recorren la codificación terapéutica de la autoayuda son que la autorrealización del individuo es el producto consciente e incesante de sus pensamientos y emociones, que este auto-esclarecimiento está relacionado tanto con la adquisición y mejora de habilidades para

⁴ Por “procesos de espiritualización” me refiero a los procesos a través de los cuales los sujetos obtienen herramientas para conocer, experimentar, modelar y decir su propia interioridad psíquica y emocional o, como se refiere en el argot de la autoayuda, su “yo esencial”.

⁵ Siguiendo principios de la semántica interpretativa de Rastier (2005), en el *corpus* identifiqué tramas de subjetivación a nivel enunciativo, narrativo y simbólico. Aunque producto del trabajo de exploración fue consignar los dos últimos tipos, la pregunta de investigación y el desarrollo descriptivo e interpretativo de este trabajo se aboca únicamente al primer nivel.

la óptima inserción social, como con la felicidad entendida como éxito personal subjetivo y bienestar psíquico y espiritual, éxito que es modelable bajo una serie de principios de comportamiento reflexivo y emocional. En *El secreto*, libro emblemático de la literatura de autoayuda, se lee un compendio del proyecto ontológico del pensamiento positivo: “Has de ser consciente de tus pensamientos y elegirlos cuidadosamente, además te debes de divertir, porque eres la obra maestra de tu propia vida. Eres el Miguel Ángel de tu vida. El David que estás esculpiendo eres tú mismo.” (Byrne, 2011, p. 36).

En su conjunto, la literatura observa a la autoayuda como un fenómeno literario y cultural al que define como un discurso terapéutico positivo para el control de la ansiedad, el fortalecimiento de la autoestima y el desarrollo personal, que desalienta la negatividad anímica y la búsqueda de asistencia para el diagnóstico, prevención y resolución de los problemas en entornos apremiantes (Papalini, 2005, 2010; Apodaka, 2011; Illouz, 2010, 2014), que da forma a mecanismos de control postdisciplinarios vinculados con la ética individualista del capitalismo que instruye sobre la relación que se ha de tener con los demás y consigo mismo (Coll, 2006; Souroujon, 2009; Rimkie, 2000; Bruno y Luchtenberg, 2006; Lombana, 2006); ello se interpreta porque proyecta al orbe social como impedimento para la construcción y el éxito del individuo: “el peligro más grande, aquel que puede alejarlo más de su propia naturaleza, se materializa en el otro” (Souroujon, 2009, p. 62); puesto que modela subjetividades instruidas para el cambio constante como recurso estratégico para hacer frente a la precarización (Bruno y Luchtenberg, 2006; Apodaka, 2011; Papalini, 2005); o porque, en el ámbito de las democracias liberales, la autoayuda contribuye a la programación de “ciudadanos que son psicológicamente saludables en la medida de que ‘saludable’ significa que son gobernables, previsibles, calculables, clasificables, auto-conscientes, responsables, auto-regulados y auto-determinados.” (Rimkie, 2000, p. 63).

Sobre dicha base literaria, pienso que esta investigación agrega conocimiento al campo en tres aspectos principales. Primero, dirime la distinción entre pensamiento positivo como estilo epistémico y las formas culturales de la autoayuda desde un escenario subjetivo y hermenéutico. Segundo, el hecho de montar la indagación sobre constantes semánticas que se rastrean en las prácticas comunicativas textuales de los sujetos de esta investigación, ha

permitido bosquejar un plexo de tramas de subjetivación positiva que opera irregularmente en el nivel enunciativo de su prácticas comunicativas; esto es, los sujetos crean, curan o divulgan mensajes para mejorar el desempeño emocional, reflexivo y actitudinal a través de seis tipos consejos que quedan expresados de manera tácita o implícita (“Sé feliz”, “Despierta, sueña”, “Resiste”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y pensar para ti” y “Libérate”) que facilitan la posibilidad de que el sujeto tenga experiencias trascendentales. Tercero, –a partir del escenario metodológico propuesto– esta investigación interpreta el papel regulador y estratégico de la adherencia al pensamiento positivo en el marco de la comunicación *online* soportada por la red de redes sociales, Facebook.

1.1 El objeto: La espiritualización del agente de la mejora personal

Siguiendo el principio operativo de que, para detectar e interpretar tramas de subjetivación que ofrecen forma y sentido al cuidado de sí de las personas desde el punto de vista del pensamiento positivo, es necesario “trazar la curva de un discurso social y fijarlo de una forma susceptible de ser examinada” (Geertz, 2003, p. 31), en este trabajo *fijo* u objetivo dichas tramas dentro de un escenario metodológico donde se observa a individuos reproducir, de forma textual, activa y pública, su mundo conceptual intervenido por la episteme positiva. Este objeto son un grupo de prácticas comunicativas mediadas por la red social Facebook de quienes aquí denomino “agentes de la mejora personal”.

“Agente de la mejora personal” es el sujeto de esta investigación y con dicha nomenclatura refiero a individuos que, sin distinción etaria, social o de género, de manera libre hace públicos, expresa o tácitamente, consejos positivos para la mejora personal a través de la red social Facebook. En el entendido de que “sujeto” es un constructo teórico que no coincide con la totalidad fenoménica y psíquica del individuo, que es el individuo –a través de sus diferentes tipos de prácticas– quien se hace sujeto adhiriéndose y atravesando un número indefinido de subjetividades en su acontecer cotidiano, ser “agente de la mejora personal” es una de las indeterminadas posiciones subjetivas que este individuo cruza a lo largo del día. Empleo la palabra “agente”, partiendo de su significado primario, como aquel que “tiene capacidad de obrar [y que] produce un efecto” (RAE, 2016); es decir, el sujeto que –entre un número indeterminado de subjetividades que atraviesa en sus prácticas comunicativas mediadas por Facebook– ha movilizado y cristalizado sus recursos sociales, culturales y tecnológicos para reproducir, expresa o tácitamente, al menos un mensaje terapéutico de mejora personal configurado por el mundo conceptual del pensamiento positivo.

Ahora bien, entre el menú de prácticas comunicativas que habilita la plataforma de Facebook, las que considero para la investigación responden a la lógica de ser prácticas que traducen

textualmente⁶ un mayor despliegue de recursos y discursos socio-simbólicos por parte del agente de la mejora personal, y que son prácticas recuperables o *fotografiables*, de tal modo que fungen como el insumo principal constituir el *corpus* textual que es la base material donde rastreo tramas de subjetivación positiva de este sujeto. Estas prácticas comunicativas textuales califican a los agentes según su manera de reproducir mensajes que, de manera tácita o explícita, ofrecen consejos positivos para la mejora personal.

Son tres tipos de prácticas de agentes de la mejora personal que son considerados en este trabajo: la práctica de “creación” es cuando el agente reproduce mensajes elaborados por él mismo (figura 1); de “curaduría” refiere a la práctica de re-publicar (*postear*) mensajes generados por terceros pero a los que el agente le añade un mensaje introductorio que coloca un marco de comprensión al texto reproducido (figura 2); y de “divulgación” significa la práctica de re-publicar mensajes generados por terceros sin comentario introductorio o añadidura (figura 3)⁷.

⁶ “Texto” es entendido en este trabajo como “el lugar de una producción e interpretación comunicativa” (Vilches, 1984, p. 32). De ahí que textos escritos, propios o de terceros, videos, infografías y memes son considerados aquí como prácticas comunicativas susceptibles de integrar el *corpus* textual.

⁷ He optado por conservar el nombre de los agentes de la mejora personal en las figuras correspondientes, puesto que trato sus prácticas de comunicación como documentos que están dispuestos al dominio público.

Figura 1. Práctica “creación”.



Figura 1. Díptico que representa la práctica de creación de los agentes de la mejora personal. Fuente: Página de Facebook del investigador.⁸

La imagen de la izquierda suma al texto original del agente (“Para el día de salir del clóset: ¿Sabían que Mau nunca se fue? Yo a veces literal a veces me visto de guey y ruedo por la vida así. / La vida no es “ser esto” o “ser aquello”. La vida es ser tú, sin importar la raza piel forma o tamaño. Tú”) una selfie que, como tal, también es creación del propio agente. La imagen de la derecha representa una creación del agente en referencia al huracán Patricia que tocó tierra en las costas de Jalisco en octubre de 2015

⁸ Todas las figuras que presentan prácticas de Facebook son tomadas de esta fuente. En adelante ya no se refiere.

Figura 2. Práctica “curaduría”.



Figura 2. Díptico que representa la práctica de curaduría de los agentes de la mejora personal.

En la imagen de la izquierda, la curaduría (“La lucha muchas veces inicia en el interior”) suscribe al agente al mensaje divulgado en el meme. En la imagen de la derecha, el agente elabora una curaduría (“Necesito mejorar para ser productiva...”) que denota que se ha evaluado conforme al artículo divulgado. Fuente: Facebook del investigador.

Figura 3. Práctica “divulgación”.



Figura 3. *Díptico que representa la práctica de divulgación de los agentes de la mejora personal.*

En la imagen de la izquierda, el agente divulga un artículo sobre costumbres erróneas en la forma de pensar (autocompadecerse, ahorrar en todo o no hacer lo que nos gusta, por ejemplo). La imagen de la derecha es la divulgación de un meme que además de invitar a resistir la ausencia de las personas, invita a ser felices como principio axiomático de la vida. Fuente: Facebook del investigador.

Las anteriores figuras, en suma, muestran los tres tipos de prácticas comunicativas de agentes de la mejora personal que son consideradas en la construcción del *corpus* textual donde se detectan y estudian tramas de subjetivación positiva. Sin distinción etaria, social o de género, los sujetos movilizan sus recursos para divulgar programaciones reflexivas y emocionales, expresas o tácitas, que proponen la mejora personal en términos positivos.

Por otro lado, me ha parecido que “agente de la mejora personal” es una noción apropiada para captar características subjetivas de quienes han naturalizado esquemas de comprensión positivos para organizar y desarrollar su conocimiento y sus actitudes frente a la vida, particularmente frente al cuidado de sí mismo. Hay tres razones principales.

- a) Allende el tipo de práctica de la red que ponga en juego, “agente de la mejora personal” es una denominación que apunta a captar características subjetivas que la literatura asocia con el pensamiento positivo: los sujetos procuran la optimización y transparencia de sus recursos emocionales y reflexivos (Han, 2013); establecen para sí mismos y para los otros un código de comportamiento y gestión de las emociones (Giddens, 1995; Ampudia, 2006); activan el imperativo cultural de ser feliz (Béjar, 2014) y de que la felicidad depende del autogobierno (Rimkie, 2000; Papalini, 2006); además de que el discurso practicado por estos sujetos, ya sea en su propia redacción o través de la re-publicación, puede rastrearse el esquema narrativo de la autorrealización según Apodaka (2011): victimización, concienciación, empoderamiento y resolución positiva, o de la autoayuda, según Illouz (2007): búsqueda del yo interior, lucha con la vida emocional y liberación psíquica de las trabas emocionales.
- b) Partiendo de la idea de que las prácticas comunicativas textuales mediadas por Facebook son un signo donde se infiere los rastros discursivos del pensamiento positivo, la nomenclatura del sujeto como agente es acorde con la estrategia metodológica de tipificarlas de conforme a su manera de obrar como creadores, curadores o divulgadores de mensajes de mejora personal. Estas prácticas del agente cristalizan textualmente –y, en tanto textos, *fijan* materialmente al objeto para su análisis– tramas de subjetivación que operan en las capas semánticas enunciativa⁹, narrativa¹⁰ y simbólica¹¹ que dan cuenta de cómo, gracias la movilización de sus recursos socioculturales, el sujeto deviene en un agente de la naturalización del modelamiento emocional, reflexivo y actitudinal positivo.

⁹ Los agentes reproducen consejos que dicen: “Sé feliz”, “Despierta, sueña”, “Resiste”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar” y “Libérate”.

¹⁰ El agente reproduce una trama de subjetivación narrativa: “Soy contra viento y marea”.

¹¹ El agente reproduce una urdimbre simbólica de discursos que soportan, como marco de comprensión, la positivización de sí mismo: “Sé tu propia obra de arte”, “Eres más si menos tienes” y “Dilo, sánate”.

- c) En tanto que las tramas de subjetivación son operadores discursivos del pensamiento positivo que tienen lugar en prácticas comunicativas textuales, asumir que el sujeto es un *agente*, y no sólo un receptáculo pasivo de la mejora personal, es uno de los mecanismos que impide que esta investigación se convierta en una enumeración de discursos sociales o de las formas en que los individuos son sujetos y moldeados por las recurrencias discursivas del pensamiento positivo, tal como en la mayoría de los estudios se infiere (Rimkie, 2000; Apodaka, 2011; Han, 2014^a, 2014b; Souroujon, 2009; Coll, 2006; Lombana, 2009). Sobre este punto es preciso señalar –siguiendo la discusión de Eagleton sobre la comprensión de “ideología” como una “falsa conciencia”– que no parto de la idea de que las personas que practican el pensamiento positivo para pensarse y decirse a sí mismas estén sumidas en un prejuicio irracional y absurdo; antes bien, se puede suponer que las formas culturales del pensamiento positivo “en general codifican, siquiera de manera mistificada, necesidades y deseos genuinos” (Eagleton, 2005, p. 33) porque ofrecen un mínimo de sentido a la gente que echa mano de él para cuidarse a sí misma y para darle sentido a su vida.

Por otro lado, comprendida en principio como un modelo del régimen emocional digital (Serrano-Puche, 2016) y como una red de redes sociales que está montada sobre mecanismos de comunicación digitales, reticulares, hipertextuales, multimedios, interactivos y de selección semántica, el interés de colocar en la red social Facebook la exploración de la subjetivación positiva a partir de sus tramas discursivas se ha centrado en cuatro razones que enseguida describo.

- a) Bajo el principio de que las subjetividades son formas en que lo social se recrea en cada sujeto, y que “cada sujeto es cristalización, producto de factores productores, de múltiples ejes de subjetivación.” (Vargas, 2003, p. 75), esta investigación plantea el estudio de la subjetivación positiva, no como la descripción morfológica de entes ontológicamente sustantivos, sino como la detección y reflexión de procesos, de patrones discursivos incorporados que operan un sistema epistémico que interviene de manera dinámica e irregular en prácticas de comunicación (de quienes aquí denomino como “agentes de la mejora personal”) que se desarrollan en un escenario

de socialización determinado. En este sentido, en términos generales, Facebook se considera no sólo como un escenario de comunicación sino, sobre todo, como un espacio socio-dramático de experiencias que dan cuenta de procesos de subjetivación que, desde una perspectiva afectiva y de mercado, hacen visible numerosos mundos conceptuales y sus distintos patrones discursivos reproducidos en las prácticas de comunicación de sus usuarios. En los términos particulares de esta investigación, es entonces un medio que acrisola formas posibles de codificar subjetiva y textualmente las indeterminadas e irregulares tramas de subjetivación que dan forma al mundo conceptual positivo.

- b) Según otros estudios (Rivera, Arango y Zamudio, 2013) y dada la experiencia de esta propia investigación, Facebook es experimentado por los sujetos como un espacio para la expresión libre de los más variados asuntos de interés público o personal y donde la individualidad de los sujetos cobra relevancia social. Por ello es un recurso pragmático para recuperar la reproducción textual y subjetiva de discursos sociales naturalizados que dan cuenta del sistema epistémico positivo.
- c) Concebida la cultura como una red de significados comunes que se hacen presentes en los actos de comunicación, como una gramática social que articula y da sentido a las acciones de los sujetos y como una urdimbre de tramas de subjetivación cuyo tejido se lee a través de patrones socio-simbólicos que dotan de sentido a las prácticas de las personas (Geertz, 2003), la elección de las tres prácticas comunicativas que dan forma al corpus principal de análisis se debe a que son prácticas subjetivas textuales que combinan la posibilidad de ser recuperadas para su análisis, manifiestan la adherencia del sujeto al consejo positivo que transmite y apuntan a visualizar puntos neurálgicos de la forma en que aprende a integrarse al medioambiente sociocultural y a representarse a sí mismo como individuo.
- d) Dado que la literatura en torno de la autoayuda coincide en destacar que esta cultura terapéutica está vinculada con la emergencia de formas sociales de ser habituadas al desasimiento social (Rimkie, 2000; Luchtenberg, 2006; Souroujon, 2009) a la administración de las emociones (Ampudia, 2006, 2010) y, en general, a formas precarización ontológica, social o cultural modeladas por perspectivas capitalistas,

postindustriales o neoliberales de la vida social e individual (Rose, 1999, 2012; Papalini, 2013; Illouz, 2010, 2012) y dado que la intensificación tecnomediática contribuye a dar forma al capitalismo contemporáneo (De Moraes, 2007; Han, 2012, 2014b), Facebook representa un espacio social adecuado para analizar el lugar de las tecnologías comunicativas en los procesos de subjetivación y de cuidado de sí desde una lógica de mercado.

Así pues, como una guía para explorar las formas en que opera subjetivamente el pensamiento positivo como sistema epistémico que modela materiales discursivos para el cuidado de sí, la pregunta que alrededor de la cual se condujo mi investigación está formulada en dos partes:

¿Qué tramas de subjetivación positiva se manifiestan en el nivel enunciativo de prácticas comunicativas de agentes de la mejora personal mediadas por Facebook y cómo se interpreta este plexo de tramas a la luz de una comprensión multidisciplinar del pensamiento positivo?

Con esta pregunta como horizonte y en aras de conducir y ayudar a la lectura de este documento, a continuación sintetizo una serie de supuestos que fueron decantándose durante diferentes momentos del proceso investigativo y que funcionan como un hilo de pensamiento que procura establecer coherencia semántica e intelectual en los capítulos subsiguientes. Primero describo seis nociones que perfilan elementos teóricos centrales; después señalo los tipos de tramas de subjetivación detectadas y, al final, esbozo el resultado interpretativo del plexo de tramas.

- a) Facebook es un ecosistema de autocomunicación “enjambre” que, desde perspectiva de mercado, aísla al individuo en un entorno multitudinario. Funge para el agente de la mejora personal como un escenario dramático que, por un lado, perfila su personalidad mediática y un “tablero de visión” a través del que interpreta su propia biografía en perspectiva de pro-yecto, y, por otro lado, opera como una suerte de iglesia o espacio de enseñanza-aprendizaje de programas de

espiritualización, al menos desde la perspectiva de la reproducción discursiva del pensamiento positivo.

- b) Las tramas de subjetivación son discursos socialmente heredados y distribuidos que suministran patrones conductuales y psicológicos para el cuidado de sí a través de los que las personas se auto-producen subjetivamente en sus prácticas.
- c) Las recurrencias semánticas en los niveles de enunciación, de narración y simbólico de las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal son indicios de tramas de subjetivación positiva. En las tramas enunciativas que se abordan aquí, opera y se naturaliza la lógica terapéutica del pensamiento positivo en los consejos expresos proporcionados en las prácticas.
- d) El conjunto de tramas detectadas se organiza a manera de plexo o tejido que opera en los tres niveles arriba señalados: las tramas son irregulares en sus manifestaciones y se entrecruzan unas con otras.
- e) Las tramas de subjetivación enunciativas estudiadas en esta investigación pre-existían al fenómeno cultural de la autoayuda como discursos sociales o materiales socio-simbólicos de diferente índole (históricamente ya existían, por ejemplo, los discursos de la felicidad, la resistencia, del cuidado de sí); el sistema epistémico positivo los simplifica y resemantiza.
- f) Aunque su aparición dentro de la historia de los sistemas de pensamiento que han modelado el cuidado de sí sea muy reciente –sobre todo visibilizado por los productos para el cuidado de sí de la cultura de la autoayuda–, el proceso de investigación me ha llevado a considerar al pensamiento positivo como una actualización del pensamiento mágico. Este pensamiento está sostenido sobre la creencia en la existencia de un alma universal de la naturaleza que trasciende y habita en todas las cosas y cuyo vínculo con los sujetos es posible conocer, restablecer o modificar con la intermediación del médico y el psicólogo (al menos hasta el siglo XIX), el sacerdote, el hechicero o el chamán, quienes operan particularmente mediante el restablecimiento catártico del espíritu como

intermediario entre el alma y el cuerpo¹². En el pensamiento positivo, sin embargo, el restablecimiento o modelamiento espiritual es proveído por programas impersonales de mejora consciente de sí mismo.

Así, en la construcción de la personalidad mediática de los agentes como consejeros de la vida emocional, actitudinal y reflexiva, la objetivación personal de sus mundos teóricos para el cuidado de sí en forma de seis temas generales de consejo son tramas de subjetivación modeladas por el estilo epistémico positivo cuyo conjunto opera a la manera de un plexo de significantes que se entrecruzan, que son irregulares en sus modos de aparecer y relacionarse, y que están socialmente disponibles como materiales discursivos para el cuidado de sí.

A manera de interpretación, considero que estas tramas –donde la cultura se concreta en prácticas discursivas y las personas se autoconstruyen– dan cuenta de cómo el estilo epistémico positivo es un dispositivo que recodifica discursos sociales que sirven de insumo para que los agentes se construyan un perfil mediático reflexivo y propositivo¹³ y para hablar con y hacer hablar a aquello que se experimenta como interioridad espiritual. El dispositivo opera como un filtro hermenéutico que codifica el perfil mediático y el cuidado de sí del agente de la mejora personal expresado en sus prácticas. Las tramas estudiadas en esta tesis configuran la personalidad mediática de los sujetos y son huellas discursivas de lo que se podría denominar “procesos de espiritualización” en la medida de que proveen códigos para

¹² Para la teoría aristotélica, la psicología medieval y todavía hasta bien entrado el siglo XVIII, el “espíritu”, *proton organon*, *phantasmatha*, fantasía, *pneuma*, “cuerpo sutil” o “sentido interno” era un sistema de traducción –frecuentemente asociado con la sangre y el corazón– que hacía inteligible para el alma las sensaciones del cuerpo y, en sentido inverso, traducía para el cuerpo los mandatos del alma; este sistema de traducción permitía, en todo caso, que la vida individual tuviera un medio de comunicación que permitía la experiencia cultural y subjetiva de formas sociales o sagradas (Culianu, 1999, pp. 29-57). Agamben (2004) sitúa en el *cogito* cartesiano (*pienso, por lo tanto, soy*) como un punto de inflexión que marca la decadencia del espíritu como intermediario epistémico válido de las experiencias y el conocimiento. Asimismo, Zweig (2006) recoge rasgos históricos de las premodernas ciencias médica y psicológica apoyadas en el pensamiento mágico y la noción de que el cuerpo es un todo anímico cuya sanación es catártica y espiritual, y el cambio paradigmático de estas disciplinas al considerar, ya en la modernidad, al cuerpo como un objeto divisible para su estudio, desespiritualizado y cuya cura –que no sanación– opera en órganos específicos.

¹³ Con esta manera de caracterizar su perfil me refiero a que el agente se presenta como una figura magisterial que está en comunicación y dominio de su interioridad psíquica y emocional.

promover, comunicar y hacer hablar interioridades reflexivas y emocionales que los agentes manifiestan como ínsitas al imaginario de la autorrealización.

Por otro lado, considerando que estas formas de codificar la presencia mediática y aquello que se experimenta como interioridad espiritual están montadas sobre el mecanismo epistémico positivo y en un contexto sociocultural específico, esta investigación asume que esta “espiritualización” positiva del agente de la mejora personal está modelada por un conjunto de valores vinculados al neoliberalismo o capitalismo postindustrial que Illouz (2007, 2012) denomina como “capitalismo emocional”: el individualismo, la simplificación, la eficacia pragmática, la transparencia y la capacidad de adecuación a entornos negativos.

De este modo, el conjunto de decisiones que esbozan el diseño metodológico ha tenido como objetivo responder la pregunta de investigación. En correspondencia con el cuestionamiento acerca de la subjetivación positiva, con el recorte fenoménico colocado en el carácter textual de las prácticas comunicativas de agentes de la mejora personal en Facebook, y con los supuestos operativos –más adelante descritos– de que la pregunta puede comenzar a ser respondida mediante el examen semántico de los textos (escritos, gráficos, audiovisuales) reproducidos por los agentes de la mejora personal positiva y a través de la interpretación multidisciplinar del pensamiento positivo, el marco general que responde a la pregunta de investigación es de carácter cualitativo y está constituido por tres tipos de estrategias: etnográficas, de análisis semántico del discurso y mediante una formulación teórica multidisciplinar del pensamiento positivo.

Este encuadre se traduce en una serie de acciones concretas que originan el orden capitular del documento. Con base en la observación etnográfica virtual de tres prácticas comunicativas de agentes de la mejora personal, se construye y recupera un *corpus* de textos (capturados a través de impresiones de pantalla) que es discernido y descrito semánticamente en términos enunciativos; la organización de este nivel semántico es simultáneamente enriquecida mediante entrevistas a sujetos, recuperación holística de productos culturales que reproducen el mensaje positivo y los cuadernos de notas que se escribieron durante el desarrollo de la investigación. Asimismo, los grupos de patrones semánticos reconstruidos

son interpretados a la luz de una formulación multidisciplinar del pensamiento positivo que incorpora la refracción teórica con la “negatividad”¹⁴ y el conocimiento generado por los estudios sociales y culturales sobre la autoayuda.

Además de este que termina, enseguida se presentan cinco capítulos. El que sigue desarrolla los principales insumos teóricos tanto para construir una formulación multidisciplinar del pensamiento positivo, como para comprender a Facebook como un “ecosistema enjambre” el tercero; describe las decisiones metodológicas; el cuarto, presenta características de los agentes de la mejora personal a partir de una serie de retratos libres y de referencias a productos culturales que representan rasgos del pensamiento positivo; el quinto describe las seis tramas de subjetivación enunciativas; el sexto, combinando elementos teóricos y la figura del “gurú”, las interpreta. En las conclusiones recupero las ideas principales que fueron decantándose hacia el núcleo de esta investigación y expongo las limitaciones y proyecciones de este trabajo doctoral.

¹⁴ Esta noción de orden filosófico que cristalizó Heidegger (1971) refiere la imposibilidad ontológica y hermenéutica de que el ser humano se haga dueño de sí mismo por sí mismo: por su propia intelección o por su propia voluntad. Ello, fundamentalmente debido a que el ser humano es un ser cuya forma de estar en el mundo es “mundana”; es decir, que se habita interpretando un “ahí” de carácter social y finito que hacen lógica y filosóficamente imposible la autorrealización programática que promueve el pensamiento positivo. Bajo su espectro han surgido la comprensión hermenéutica del “*Daimon*” griego, (Colli, 2005), “Extrañamiento” (Sloterdijk, 1998), “Suspensión” (Blanchot, 1992) o la lectura que Agamben hace del “Genius” romano (2005) como nociones que dan cuenta de cómo la “exterioridad” u “otredad” son parte de la estructura de comprensión que los actos humanos suponen. En esta tesis la “Negatividad” ha servido como un modelo de contraste para distinguir al pensamiento positivo de la autoayuda dimensionándolo ontológica y espiritualmente.

Capítulo 2

Claves para interpretar tramas de subjetivación positiva

Una de las dificultades más importantes que trata de resolver esta investigación es situar teóricamente al pensamiento positivo en el horizonte reflexivo de los procesos de subjetivación dado que no pude detectar en la literatura modelos teóricos que orienten la reflexión sobre la incorporación y reproducción subjetiva del sistema epistémico positivo. Esto deriva de dos factores interconectados.

Por un lado, los estudios sobre la cultura de la autoayuda suelen emplear de manera indistinta —como suele suceder en la vida cotidiana— “autoayuda” y “pensamiento positivo”, haciendo corresponder en ello a la cultura y sus productos (autoayuda) con el sistema epistémico que la motiva (pensamiento positivo). Esta sinonimia de base metonímica hermana dos procesos socio-históricos que no necesariamente coinciden histórica y fenoménicamente y tiende a obturar la reflexión sobre los procesos de espiritualización y subjetivación vinculados al pensamiento positivo allende la sujeción al consumo o reproducción de productos culturales vinculados con la autoayuda. De otro modo dicho —pensando a la luz de la reproducción de mensajes para la mejora personal positiva en Facebook—, definir al pensamiento positivo como un sistema epistémico que se manifiesta discursivamente permite *leer* los estratos de subjetivación (aquí llamadas “tramas”) que el agente de la mejora personal pone textualmente en juego; cosa que todavía no provee la noción de la autoayuda que principalmente está definida a partir del consumo —y no la reproducción— de sus productos culturales como libros o seminarios de superación personal (Ampudia, 2006, 2007, 2010; Bruno y Luchtenberg, 2006; Coll, 2006; Lombana, 2009; Moritán, 2012; Papalini, 2005, 2006, 2006-2007, 2007, 2010, 2013; Peredo, 2012; Rimkie, 2000; Souroujon, 2009).

Por otro lado, en relación directa con el anterior factor, al estar abocados al análisis de los aspectos estructurales y reificantes de los productos culturales de la autoayuda, dichos estudios ofrecen posturas investigativas que enumeran las causas por las que los individuos

estarían despojados de su capacidad de acción. Este aspecto generalizado de la literatura parte de una perspectiva donde el producto cultural se coloca en el centro de la meditación; en esta tesis he pretendido colocar en el centro a procesos que modelan la subjetivación. De ahí la necesidad de generar una plataforma teórica para observar y pensar a las prácticas comunicativas como la materialización discursiva que configura al mundo conceptual positivo y como el lugar donde las personas se subjetivan.

Aquí propongo dos salidas. La primera es plantear la búsqueda de “tramas de subjetivación positiva”; la segunda es construir la noción de pensamiento positivo con base en el reactivo de la estructura hermenéutica de la negatividad.

Con el constructo “tramas de subjetivación” he querido situar el estudio en torno de un tipo particular de práctica (divulgación, curaduría y creación de mensajes de mejora personal mediados por Facebook) donde se observa la operación subjetiva del pensamiento positivo. Con este cambio de perspectiva se volvió necesario un constructo teórico que, digamos, “hiciera hablar” a la práctica como el lugar donde se observa, tanto la codificación positiva en patrones semánticos que dan cuerpo y forma a la lógica terapéutica de este tipo de pensamiento, como a la persona subjetivándose en la reproducción de mensajes que dan consejos de mejora personal. Operativamente, las tramas de subjetivación son las marcas discursivas en donde observo al dispositivo cobrando forma y a las personas haciéndose a sí mismas a través del empleo de estas marcas discursivas.

Asimismo, propongo estudiar al pensamiento positivo —reproducido por las prácticas de los agentes— como estructura o dispositivo epistémico que, lábil y normalizado, reprograma discursos que históricamente lo trascienden pero que han sido re-codificados por su lógica terapéutica en las prácticas de las personas. Para dar cuenta de él como estructura epistémica diferenciada y modeladora de discursos antes que un discurso en sí mismo, he creído pertinente colocarlo frente al reactivo de la negatividad entendida como la estructura de comprensión que apunta a la imposibilidad filosófica y hermenéutica de que el ser humano se dé a sí mismo en posesión a través de su intelección o volición. Este encuadre ofrece una salida a los dos factores antes descritos. En primer lugar, ayuda a cristalizar al pensamiento

positivo como un sistema epistémico identificable que ofrece una tensión con la negatividad y, en ese sentido, como un proceso que tiene lugar a través de diferentes patrones de subjetivación que operan en relación con dicha estructura hermenéutica. En segundo lugar, situar la subjetivación positiva en el marco hermenéutico permite pensar a los agentes de la mejora personal desde la noción de *proyecto* en el sentido goffmaniano (como un mecanismo performativo para adquirir presencia en Facebook) y heideggeriano (como un mecanismo performativo a través de la cual los sujetos experimentan comprensivamente su propia historia); es decir, permite pensar a la práctica comunicativa de los agentes de la mejora personal como el lugar donde se visibilizan tramas de subjetivación no sólo como condiciones discursivas heredadas, sino también como recursos subjetivos y positivos para la auto-construcción y proyección individual.

Con la pregunta de investigación como norte que orienta la exploración, este capítulo establece las claves teóricas que ofrecen un horizonte de conocimiento desde donde la pregunta se hace reconocible y el discernimiento de tramas encuentra marcos interpretativos que las dimensionan. Esto significa que aquí establezco el punto de partida teórico que habilita que el rastreo y reconocimiento textual de los tres niveles semánticos isotópicos derive en la formulación de tramas de subjetivación positiva de los agentes de la mejora personal, particularmente las que se identifican en aquello que el sujeto aconseja.

Este capítulo, pues, está organizado a partir de tres marcos. El primero, de carácter hermenéutico, propone la comprensión de los procesos de subjetivación positiva desde las claves teóricas de la negatividad y el proyecto de sí. El segundo, de índole discursiva y sociocultural, dispone de pautas principales para la identificación y análisis de tramas de subjetivación positiva a partir del conocimiento acumulado sobre la cultura terapéutica de la autoayuda. El tercero es un complemento del anterior: desde un perfil sociosimbólico, se destacan modelos de comprensión para aproximarse a Facebook como un medio de comunicación propicio para discutir el influjo de la Internet en las formas de constitución de lo social y de las subjetividades, particularmente desde el punto de vista positivo.

2.1 Claves Hermenéuticas

Aunque “clave” pareciera un término suficientemente transparente al designar “un conjunto de reglas y correspondencias que explican un código de signos” (RAE, 2016) o, por analogía musical, al designar también el código a través del cual se significa el texto sonoro (*clave de sol* o *clave de fa*), más transparente aun es apelar a su origen etimológico: “clave” deriva de “llave” y, en ambos casos, refiere a aquel objeto a través del cual accedemos o entramos al uso de algo. De esta manera, “claves” designa aquí las llaves teóricas con las que comprendo las tramas de subjetivación como formas discursivas a través de las que los agentes interpretan en las prácticas comunicativas el cuidado de sí mismos bajo la lógica del pensamiento positivo. El primer grupo de claves es de sonoridad hermenéutica.

El encuadre hermenéutico tiene un visaje filosófico pues he decidido atraer al proceso de subjetivación positiva a una reflexión que lo confronte a la negatividad como forma de situarse comprensivamente en el mundo. Esto lo formulo con el pilar filosófico de Heidegger y los ecos a su principio de imposibilidad hermenéutica de la autorrealización que se detectan en el pensamiento de Giorgio Agamben y de Byung-Chul Han. Después, se incorpora la noción heideggeriana de “proyecto” –forma parte de los presupuestos existenciales del ser-ahí (*dasein*) como el ser que habita hermenéuticamente el mundo– que es útil para observar a las prácticas comunicativas como un ejercicio performativo de los procesos de individuación, noción que se adecua, además, a la “presentación de sí” en el espacio social como una herramienta para pensar el sentido hermenéutico de aparecer en Facebook.

No obstante, antes de exponer dichas claves, se perfila el escenario teórico que emplaza a la proyección positiva y hermenéutica individual como una experiencia de coordenadas tramadas y significadas desde lo colectivo y lo social: como un proceso de subjetivación.

2.1.1 Escenario teórico de los procesos de subjetivación

Más que hacer un relato historiográfico del “descubrimiento” del sujeto que describa las tensiones estructuralistas y culturalistas que han modelado la historia reciente de las ciencias sociales, es conveniente interpretar esas tensiones para trazar criterios que establezcan la relación entre los procesos de subjetivación y las estrategias de individuación; para pensar cómo se colectivizaría la experiencia de hacerse a sí mismo y cómo este hacerse a sí mismo interactuaría estratégicamente en las tensiones socioculturales.

Este preámbulo teórico es necesario para la investigación porque es una indagación sobre la práctica subjetiva de normas y recursos socialmente disponibles para el cuidado de sí; porque la trayectoria de comprensión y constitución individual no puede entenderse como un acto gestado y reproducido en la puridad autonómica del “yo”, y –por el contrario– está signado por caracteres sociales y epistémicos que reproducen contextos y tensiones colectivos; y, especialmente, porque en la conformación del *corpus* y del problema de investigación se hicieron evidentes indicios de que entre los sujetos el pensamiento positivo y los discursos que lo configuran subjetivamente se experimentan como una estrategia de sus personales procesos de individuación motivados por la consecución de la felicidad.

En el *corpus* textual y en los distintos fenómenos que ayudaron a formular el problema de investigación (entrevistas, material heurístico identificado en medios, en los espacios urbanos, en pláticas incidentales con amigos, en ensayos o textos de estudiantes de mis cursos) se revelan la autorreferencialidad, la reflexividad y la idea de que la felicidad es lo que le otorga sentido trascendental a la vida como factores donde se observan tensiones recurrentes y relacionadas entre sí; nociones que apuntan a comprender cómo el pensamiento positivo, la felicidad y, en su caso, Facebook, son experimentados por los sujetos como herramientas que, aunque sean socialmente construidas, son empleadas estratégicamente en sus procesos de individuación.

En primer lugar, la autorreferencialidad se vuelve un signo notable en el hecho de que, en su caso, los sujetos de los distintos materiales heurísticos o los agentes (en los propios mensajes en Facebook o en entrevistas) emplean experiencias o reflexiones consignadas o sugeridas

como propias, para mostrar y argumentar sus posturas respecto de la felicidad (entendida como bienestar psíquico y espiritual, y como éxito personal subjetivo que hace que las personas *trasciendan*). De este modo se genera la impresión de que la idea de felicidad inmanente al pensamiento positivo los interpela no sólo para definir la felicidad procurada, también para la interpretación, comprensión y proyección de sí mismos: del lugar que ocupan en su búsqueda u obtención de la felicidad.

Enseguida, directamente relacionado con la autorreferencialidad, la reflexividad es un componente central en la forma en que los sujetos desarrollan una postura sobre la manera en que sienten, piensan y se comprenden a sí mismos como personas. En el hecho de que los sujetos sean agentes del pensamiento positivo y no sólo depositarios de su mensaje, hay una razón suficiente para cuestionar la sujeción estructural a la autoayuda sugerida por los estudios, puesto que justamente la divulgación implica una interpretación o apropiación del mensaje positivo como recurso para decirse públicamente. Por ejemplo, uno de los sujetos entrevistados durante sondeos previos, al ser cuestionado sobre qué le gustaba de una de las imágenes (de autoayuda) que compartió en Facebook, sintetizó la reflexividad de su práctica con: “Nada, me checa”.

Por último, la idea de que la felicidad es esencial para que la vida tenga sentido es considerada una base axiomática expresa o tácita que atraviesa al conjunto de elementos de exploración. “Estamos en el mundo para ser felices”, declara una estudiante de psicología en un ensayo escolar cuyo tema era que reflexionaran acerca de su decisión para escoger sus estudios; “Todo se trata de ser feliz, de estar bien con uno mismo”, dice uno de los sujetos entrevistados; “Deja todo y sé feliz” (figura 4) se lee en una práctica de creación. Asimismo, como parte de su publicidad institucional, en el número 4 de la revista del Tec de Monterrey, *Tec Review* (Tec Review, 2016, p. 19), se reproduce la fotografía de un par de jóvenes sonrientes montando una bicicleta; a la imagen la acompaña una frase aleccionadora, “Vive”, y en la página opuesta (p. 18) un texto de corte poético que alienta el riesgo y la autoexigencia como ingredientes emocionales y reflexivos para experimentar el “Factor TEC” (figura 5).

Figura 4. La felicidad como fundamento axiomático.



Figurar 4. Creación que, a través de la frase “Deja todo y sé feliz”, muestra a la felicidad como un fundamento axiomático

Figura 5. La felicidad como fundamento axiomático.

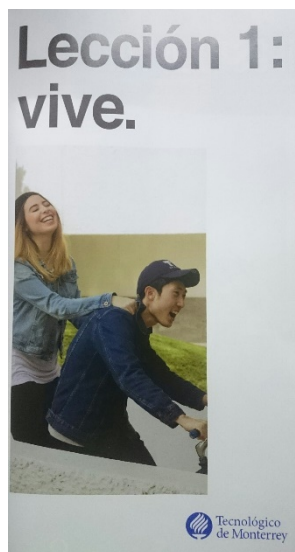


Figura 5. Publicidad institucional del Tecnológico de Monterrey que muestra a la felicidad como fundameno axiomático en publicación periódica de una institución educativa. Fuente: Tec Review del Tecnológico de Monterrey (2016) no. 4.

El anterior grupo de recurrencias sugiere que el pensamiento positivo, si bien provee de marcos conceptuales y discursivos para que el sujeto se experimente y se diga a sí mismo en

relación con la felicidad y la autorrealización, también es un estilo epistémico que es apropiado y practicado por los agentes de la mejora personal como una herramienta que es útil para que interpreten sus propias interioridades, para proyectarse en el espacio social y para fortalecerse como individuos.

Asumiendo que “Sujeto” es un constructo teórico de las ciencias sociales para denominar “la constitución histórico-social de la identidad personal” (Berger y Luckmann, 1997, p. 31), que está soportado por un cuerpo y que es “producto del entramado de significaciones colectivas, de una construcción social de la realidad [y de los] mecanismos de la economía del poder” (Vargas, 2003, p. 72), y que “Individuo” es aquel que se reconoce o adhiere temporariamente a sus posiciones subjetivas (Botto, 2011; Hall, 1996), cuando se señala que se estudia la subjetivación positiva, se quiere decir que se estudian procesos: en este trabajo, procesos discursivos, tramas de subjetivación que se requieren para que a los agentes “les cheque” o se adhieran temporariamente al pensamiento positivo como estrategia epistémica de individuación.

Esta comprensión alrededor de “Subjetivación positiva” implica un conjunto de presupuestos que son considerados durante los capítulos analíticos.

- a) Sintetizado por Castells, que “los sujetos no son individuos, aun cuando estén compuestos por individuos. Son el actor social colectivo mediante el cual los individuos alcanzan un sentido holístico en su experiencia” (1999, p. 32).
- b) El proceso de individuación, si bien experimentado como una estrategia o como un proyecto de sí, está signado por una tensión constante con lo social.
- c) Planteados en términos procesuales, “Sujeto” e “Individuo” no son en ningún caso entidades terminadas y trascendentales; antes bien, aquí se comprende que –como describe Hall los procesos de identificación a través de la imagen de *sutura*– “son puntos de adhesión temporaria a las posiciones subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas” (1996, p. 20), y que, además, estarían cifradas por dinámicas de optimización personal.

- d) Las subjetividades son formas en que lo social se recrea en cada sujeto, que “cada sujeto es cristalización, producto –siempre inacabado– de factores productores, de múltiples ejes de subjetivación.” (Vargas, 2003, p. 75); de ahí que esta investigación plantee la reflexión de los sujetos a la luz de patrones enunciativos, narrativos y simbólicos que hacen operativa la práctica discursiva del pensamiento positivo mediado por Facebook.
- e) El mecanismo a través del cual las personas entran o se adhieren temporariamente a una subjetividad positiva es una construcción discursiva cifrada por el pensamiento positivo y esta condición –que desnaturaliza la unidad interna de los procesos de identificación entre lo social y lo individual (Hall, 1996)– permitiría ver en las estrategias de individuación, procesos de desubjetivación; de manera teórica esto sugiere que al divulgar mensajes sostenidos en la lógica individualista del pensamiento positivo en Facebook, más que adherirse a posiciones subjetivas, para el agente de la mejora personal sus prácticas de comunicación se experimentan como una toma distancia de ellas: en sus prácticas, el agente no se sujeta, se libera y auto-produce.

2.1.2 El pensamiento positivo en el espejo de la negatividad

La pregunta por la subjetivación positiva es una que no pretende aligerar su conocimiento; quiere hacerlo grave. Grave en el sentido de que el peso conferido por la indagación no resida tanto en lo oneroso de sus respuestas como en la hondura de la perspectiva desde donde gravita el propio cuestionamiento. Acogerse a la negatividad como clave para cuestionar al pensamiento positivo es una forma de conferir gravedad filosófica y hermenéutica a una pregunta de orden social. Su marco funge, así, como un mecanismo para objetivar al pensamiento positivo a la luz de las tensiones epistémicas y hermenéuticas que los liga.

Para discernir a la negatividad como reactivo teórico del pensamiento positivo y, en el proceso, sostener que este pensamiento es un sistema epistémico para la autorrealización consciente, el presente apartado se divide en dos sub apartados. En el primero, a partir de una

definición operativa de pensamiento positivo, se perfila a la negatividad como una estructura hermenéutica que forma parte de la estructura de existenciales o elementos de la existencia que conforman fenoménica, epistémica y ontológicamente al *ser-ahí* según Heidegger; además se retoman otro conjunto de autores que reflexionan sobre el principio de la imposibilidad o perversidad hermenéutica de la autorrealización positiva; en el segundo se acentúan las distinciones entre la negatividad y el pensamiento positivo con base en las propiedades epistémicas y hermenéuticas de cada uno.

Sistema epistémico positivo y estructura hermenéutica negativa

Al construir el significado de “pensamiento positivo” se podrían correr al menos dos riesgos. Uno es el de establecer relaciones semánticas de contigüidad entre la positividad y la negatividad tal como se utilizan en el habla común: la primera como optimismo y la segunda como pesimismo. El pensamiento positivo no es esencialmente optimista justamente porque involucra un ejercicio consciente para la mejora personal a diferencia del optimismo o el pesimismo que son formas de ser independientes a la voluntad humana: “tanto el optimismo como el pesimismo son formas de fatalismo. Uno no puede evitar ser optimista, lo mismo que no puede evitar medir un metro sesenta” (Eagleton, 2016).

Otro riesgo es seguir a pie juntillas la lógica que indica que no habría razón alguna para darle un mayor peso semántico al adjetivo que al sustantivo que califica. Al menos, en este caso hay razones que inducen a colegir que la calidad positiva del pensamiento no se trata sólo de un elemento agregado que lo distingue de otros tipos de pensamiento (como el crítico, analítico o creativo) sino justamente que el pensamiento está definido por el proceso de intelección que lo activa.

Siguiendo a Agamben (1995, 2004), se define “pensar” como la actividad intelectual que crea imágenes (*phantasmata*, *ymago*) o representaciones mentales que sirven como un puente que asegura la experiencia cognitiva del mundo. Pensar positivamente es la actividad intelectual regulada por un dispositivo o sistema que reproduce representaciones mentales

positivas que sirven como un puente que signa la experimentación reflexiva y emocional del mundo. Así, considerando la literatura abocada al estudio de la autoayuda y también la etimología de la palabra “positivo” que designa aquello aceptado por la convención humana (<http://etimologias.dechile.net/?positivo>), el particular mecanismo positivo del pensamiento se caracteriza por reproducir imágenes ínsitas a lo “positivo”: programas de concienciación y modelamiento del comportamiento reflexivo y emocional para el autogobierno, el autoconocimiento y la autorrealización dentro de los márgenes de la convención social.

Antes de pretender enriquecer la insuficiente reflexión filosófica del sentido ontológico de la negatividad y del *No* en general que han testimoniado Heidegger (1971, pp. 304-314) y Agamben (2003) aquí se considera a la negatividad como una estructura hermenéutica que se esgrime a manera de reactivo teórico que ayuda a comprender la definición de pensamiento positivo y a dimensionar la relevancia social, filosófica y presumiblemente espiritual de la programación consciente del sujeto que este tipo de pensamiento supone.

El concepto de negatividad que se ha expresado —a partir de una interpretación sintética al concepto heideggeriano de *Nichtigkeit* (Heidegger, 1971, p. 308-311) — como *estructura hermenéutica que señala hacia la imposibilidad de que el ser humano sea producto de su propia potestad, en tanto que él mismo se haya dado en posesión*, tiene al menos dos bases teóricas. Por un lado, el principio lógico hegeliano a partir del cual la negatividad es la diferencia absoluta que no puede ser subsumida por la identidad :

lo negativo es (...) la completa oposición, que como oposición se funda en sí, es la diferencia absoluta que *no se refiere a otro*; excluye de sí, como oposición, la identidad —pero con esto se excluye a sí misma; en efecto, por ser relación consigo, se define como la identidad misma que excluye. (Hegel, 1970, p. 190. Las cursivas están en el original).

Por otro lado, y de manera más importante, el principio ontológico-hermenéutico heideggeriano que, integrando la lógica de exclusión de Hegel al proceso exegético del *ser-*

ahí como el ser que se *anticipa* a su propia muerte¹⁵, observa a la negatividad (y a la experiencia de la muerte como su modelo más radical: no por morir efectivamente sino porque el “ser ahí” es el ser que tiene conciencia de su mortalidad y no puede nada frente a ello pues la muerte es la diferencia absoluta. Y el “no poder” encarna el sentido del reclamo de su propia conciencia que es “culpable” de no poder determinar su propia existencia) como el fundamento ontológico de la finitud y de la imposibilidad de que el ser humano se dé a sí mismo fundamento¹⁶:

En la idea del “culpable” está implícito el carácter del *No* (*Nicht*). Si el “culpable” debe poder determinar su existencia, surge entonces a la vez el problema ontológico de esclarecer existencialmente el *carácter del no* de este *No* (...). Siendo, el *Ser ahí* está arrojado, no se transporta por sí mismo en su *ahí*. El *Ser ahí* está determinado como un poder ser que pertenece a sí mismo y, sin embargo, *no* en cuanto que se haya dado él mismo en posesión... puesto

¹⁵ La anticipación de la muerte es el motivo central hacia el que se dirige la “exégesis del ser ahí” de *El ser y el tiempo*. Aunque en obras posteriores Heidegger dirige esta interpretación a otros motivos como el aburrimiento, la poesía o los estados místicos, en su conjunto la obra heideggeriana podría leerse sobre la base de una serie de principios exegéticos del fenómeno humano que cobran forma en *El ser y el tiempo* y que es pertinente recordar. Para el filósofo alemán el ser humano es el ser que se caracteriza por estar conformado, en tanto ser y no ente, por estructuras de existencia óntica o “existenciales” (*Existenzialen*) del déftico *ahí*. Este *ahí* es el mundo de vida (*Lebenswelt*) al que el ser es arrojado en estado yecto y desde donde se comprende a sí mismo como pro-yecto en perspectiva de su propia finitud. En la constitución existencial del “ahí” conviven tres estructuras: la del “encontrarse” como tener reflexivamente lugar en el mundo a partir del ánimo o temple; la de “comprender” como trayectoria histórica de comprensión hermenéutica que hace del estado “yecto”, un estado de “pro-yecto” de carácter preposicional y social (“ser bajo”, “ser contra”, “ser para”); y la de “lenguaje” como el lugar expresivo donde se articulan interpretativamente las estructuras de existencia. La negatividad es entonces considerada por el propio Heidegger una condición que atraviesa y le da sentido a los existenciales antes enumerados: “en la estructura del estado de yecto tanto como en la de proyección entra esencialmente un no ser” (1971, p. 310) y a la muerte como el modo más radical de la negatividad partir del cual el “ser ahí” tiene proyectivamente (hermenéuticamente) acceso a su dimensión más auténtica.

¹⁶ En el resto de los casos en que se cita *El ser y el Tiempo* se hace con base en la traducción de José Gaos (1971), en este transcribo la traducción que Tomás Segovia elabora a extractos del libro referidos por Giorgio Agamben en *El lenguaje y la muerte. Un seminario sobre el lugar de la negatividad* –texto cuya teorización ha servido de punto de partida para construir la negatividad hermenéutica como reactivo al pensamiento positivo– pues resulta una traducción más propicia de comprender sumariamente.

que él mismo *no* ha puesto el fundamento, descansa en su peso, que la tonalidad emotiva (*Stimmung*) le revela como una carga (...).

Siendo fundamento, es decir, existiendo como arrojado, el *Ser ahí* queda constantemente detrás de sus propias posibilidades. No es nunca existente antes de su fundamento, sino sólo por este y *como* este. Ser-fundamento significa, pues, *no ser nunca* dueño del propio ser. Este *No* pertenece al sentido existencial del estar-arrojado. Siendo fundamento, él mismo es una negatividad de sí mismo (...).

Tanto en la estructura del ser-arrojado como en la del proyecto, tiene lugar una negatividad esencial (...). *El cuidado mismo en su esencia está bañado de cabo a rabo por la negatividad*. El cuidado –el ser del *Ser ahí*– significa como proyecto arrojado: el ser fundamento de una negatividad. (Agamben, 2003, pp. 14-15).

Sobre esta base filosófica que hace de la negatividad una condición que atraviesa “de cabo a rabo” al ser humano como el ser que ópticamente se cuida y se procura, la negatividad se considera aquí como una estructura hermenéutica, es decir, una estructura que organiza la experiencia de la realidad como experiencia de comprensión (Gadamer, 1999), en este caso, paradójicamente, como experiencia de la condición de imposibilidad de autorrealización, entendida como acción de darse a sí mismo el fundamento a partir del esclarecimiento de sí.

Visto así, en la tensión conceptual que se genera entre el pensamiento positivo y la negatividad observo una serie de supuestos que perfilan contornos teóricos del pensamiento positivo.

- a) El pensamiento positivo desnaturaliza la negatividad mediante el conjunto de imágenes programáticas que transparentan y vuelven asequible la autorrealización, omitiendo a la negatividad de las perspectivas de comprensión y cuidado de sí.
- b) El pensamiento positivo opera a nivel epistémico como un sistema programático de imágenes mentales que, allende la experiencia de los sujetos, sirven de insumo para

la interpretación funcional de la vida propia. La negatividad opera a nivel hermenéutico: es imposibilidad experimentada en el horizonte vital “que habla única y constantemente en el modo del callar” (Heidegger, 1971, p. 298).

- c) El pensamiento positivo es un programa de concienciación de las emociones y la reflexividad; provee técnicas de objetivación de sí mismo para hacer cognitivamente transparente el proceso de individuación. La negatividad es una estructura propiamente preexistente a la conciencia, es decir, preexiste al sujeto; como la muerte: desubjetiva.
- d) El pensamiento positivo procura el éxito y la felicidad conforme a las convenciones sociales. La negatividad, por principio lógico, excluye la proyección identitaria.
- e) El sistema epistémico del pensamiento positivo aparece como una política instituyente de atracción a través de la cual lo diferente se asimila. La negatividad hermenéutica aparece como una política desinstituyente debido a la suspensión de los sistemas epistémicos de asimilación o refracción.

Registros de la negatividad: indicios del pensamiento positivo

La negatividad entendida como una estructura hermenéutica que organiza la experiencia de la realidad como experiencia de comprensión de la imposibilidad de darse a sí mismo en posesión, ha dado lugar a diferentes registros que, considero, han esclarecido y multiplicado el eco de la negatividad como categoría filosófica, epistémica y social desde la base teórica propuesta por Heidegger para meditar el incierto “sentido ontológico del carácter de “no” [y] la esencia ontológica del “no” en general” (1971, p. 310). La descripción de esos registros es útil para inferir indicios del pensamiento positivo en su orbe de sistema epistémico y en relación con las tramas que modelan la subjetivación positiva.

El campo semántico a través del que la negatividad adquiere corporeidad y fuerza teórica se constituye alrededor de un conjunto de términos recurrentes en literatura filosófica y social actuales: *Imposibilidad* como aquello cifra lo que está más allá de los poderes (Agamben, 2001, 2003; Colli, 2004, 2005, 2009), *Suspensión* como principio hermenéutico que está más

allá de toda determinación positiva y pospone indefinidamente la culminación (Agamben, 2003, 2004; Blanchot, 1992, 1994; Han, 2015), *Otredad* como el sujeto, la imagen o el otro modo que ser inapropiable que desde el más allá de sí mismo radicaliza la escisión del sí mismo (Han, 2013, 2014^a; Lévinas, 1997, 1999; Foucault, 2000^a) o *Extrañamiento* como la incomodidad ontológica de estar colocado continuamente fuera de sí mismo (Blanchot, 1992; Sloterdijk, 1998) son algunas denominaciones que captan, en diferentes terrenos del conocimiento, la radicalidad inasible, imposible e indecible de lo *otro* negativo. Debido a que no es objetivo de esta investigación elaborar arqueologías del pensamiento positivo y de la negatividad, se opta por destacar sólo algunos registros de la negatividad que enriquecen la reflexión sobre el pensamiento positivo en el pensamiento de Giorgio Agamben (1998, 2001, 2003, 2004, 2005) y de Byung-Chul Han (2012, 2013, 2014^a, 2014b).

En la obra del italiano Giorgio Agamben se destaca un constante esfuerzo intelectual por habitar y hacer habitable conceptual y teóricamente el espacio de la negatividad, en particular desde la óptica de la potencia epistémica y política del No. A través de estudios epistemológicos, filológicos e historiográficos, *Fantasma*, *Homo Sacer*, *Genius o Infancia* son algunos constructos agambenianos que indagan y vuelven visible a la negatividad (o a la falta de ella) en fenómenos de la cultura contemporánea. Enseguida se describen.

Una forma de penetrar esta singularidad de la obra del filósofo italiano radica en su comprensión del vínculo existente entre el lenguaje y la muerte: a diferencia de los animales que cesan de vivir sin nunca haber estado de frente a su propia voz, el ser humano experimenta anticipadamente la muerte a través de las palabras y de la voz que lo distingue; esto es, a través del lenguaje mismo tiene lugar el despliegue de la muerte y del sentido mortal de ser vivos; tensión, además, alimentada por el pensamiento cuyo sentido implica la angustia de “estar en suspenso” (2003, p. 173) y cuyo compromiso es “la indagación de los límites de la conciencia, es decir sobre aquello que precisamente no es posible ni asentar ni asir” (2001, p. 9). Sintetizó Heidegger: “La labor del pensamiento es pensar lo impensable” (Heidegger, 2010, p.79)

Así, a través del pensamiento sobre los límites de la conciencia, de lo asible y lo decible, Agamben desarrolla indagaciones, histórica y culturalmente situadas, que decodifican el espacio o los registros de la negatividad.

El *fantasma* (Agamben, 2001, 2004) es la figuración, *ymago* o estancia epistémica del inasible objeto de deseo que, si para el sujeto medieval asegura la experiencia de este (como el fantasma literario de Beatriz para Dante), para el sujeto romántico y el consumidor contemporáneo, deviene en *fetiché*: la imagen que pospone indefinidamente la consumación de lo deseado. Esta doble paradoja de la historia del *fantasma* del deseo –la de asegurar la consumación y no consumir el objeto, y la de asegurar la consumición y posponer indefinidamente la consumación– marca el carácter limítrofe de la conciencia: de aquello que le posible atraer y bajo qué condiciones es atraíble.

Partiendo de la comprensión aristotélica de política como el ejercicio de la separación y depuración de lo viviente sin caracterizar (*Zoé*) de aquellos individuos caracterizados y aptos para la polis (*Bios*), *Homo sacer* (Agamben, 1998) –en la legislación romana designaba al sujeto excluido de la ciudad y a quien podía matársele sin sacrificio de por medio– es la figura que simboliza el ejercicio del poder político contemporáneo, caracterizado no sólo porque ya absorbe a la *vida nuda* o *zoé* –el cuerpo– a su orbe soberano (cosa evidenciada en la obra de Foucault), sino porque, sobre todo, esa *vida nuda* que es anterior a la *persona* y que estaba colocada en los márgenes de lo jurídico, coincide ahora con el espacio político y es materia de control.

Genius es la palabra con la que los latinos denominaban al dios “al cual todo hombre es confiado en tutela en el momento de su nacimiento” (Agamben, 2005, p. 7); paradójicamente este dios intimísimo y personal (como el “ángel de la guarda” católico o la “Daena” iraní) es lo más impersonal, “la personalización de lo que, en nosotros, nos supera y excede. Genius es nuestra vida en tanto ésta no ha sido originada en nosotros, sino que nos ha dado origen (...). Vivir con Genius significa vivir en la intimidad de un ser extraño, Mantenerse constantemente en relación con una zona de no-conocimiento” (2005, pp. 9-11). De ahí que para Agamben este dios represente la desmesura y lo inasible de las emociones, pues “la

emoción es aquello a través de lo cual entramos en relación con lo pre-individual. Emocionarse significa sentir lo impersonal que está en nosotros” (p. 14).

Por último, otra forma en que este Agamben reelabora la reflexión sobre la negatividad, es con el término *Infancia*. Ligado a la noción de juego –entendido como mecanismo político y profanador que “desactiva los dispositivos del poder y restituye al uso común los espacios que el poder había confiscado” (2005, p. 102)– este término representa una teorización contra la conciencia de sí como forma de conocimiento. Ante la expropiación de la experiencia (*Erlebnis*) como forma de conocimiento vivencial llevada a cabo por las ciencias que reproducen en la experimentación el *cogito* cartesiano, el filósofo italiano propone a la infancia –en tanto que significa la suspensión o latencia del lenguaje (*in-fans*: sin voz)– como un recurso para atraer de nuevo a la experiencia como el lugar del conocimiento, pero ya no más la experiencia cuya conciencia de sí está siempre enfrente de sí misma (tal como ocurre con el *cogito* cartesiano y el pensamiento positivo) sino como conocimiento que incorpora el silencio y la suspensión de la conciencia como parte de él:

Que el hombre no sea desde siempre hablante, que haya sido y sea todavía infante, eso es la experiencia. Lo que Wittgenstein plantea como límite “místico” del lenguaje no es una realidad psíquica situada más acá o más allá del lenguaje en las brumas de una supuesta “experiencia mística”, sino que es el mismo origen trascendental del lenguaje, es simplemente la infancia del hombre. Lo inefable es en realidad infancia. La experiencia en realidad es el *mysterion* que todo hombre instituye por el hecho de tener infancia. (2004, pp. 70-71).

Por otro lado, el filósofo coreano Byung-Chul Han es un referente que interviene en diferentes dimensiones teóricas de esta investigación. Puede afirmarse, sin embargo, que la obra de este joven autor es una crítica filosófica a los fenómenos culturales donde es plausible el desmontaje positivo de la negatividad:

La sociedad positiva se despide tanto de la dialéctica como de la hermenéutica. La primera descansa en la negatividad. Así, el «espíritu» de Hegel no se aleja

de lo negativo, sino que lo soporta y se conserva en ello. La negatividad alimenta la «vida del espíritu». *Lo otro en lo mismo*, que engendra una tensión negativa, mantiene vivo el espíritu. Es el «poder», dice Hegel, «si mira a la cara de lo negativo, si se demora en ello». Este demorarse es «la fuerza mágica que lo trueca en el ser». En cambio, carece de espíritu quien se limita a zapear a través de lo positivo. El espíritu es *lento* porque se demora en lo negativo y lo trabaja para sí. El sistema de la transparencia suprime toda negatividad a fin de acelerarse. El hecho de demorarse en lo negativo abandona *la carrera loca en lo positivo* [las cursivas son del original]. (Han, 2013, p. 9).

En la medida de que Han desarrolla explícitamente constructos que operan contra las implicaciones simbólicas de la negatividad, aquí destaco sólo dos de ellos que son particularmente importante para la reflexión sobre el proceso de subjetivación positiva: la transparencia y la psicopolítica.

A diferencia de la cualidad reclamada en el discurso político que está vinculada con la libertad de información, Han emplea *transparencia* para significar un dispositivo totalitario de coacción, de control y de rendimiento —“Las cosas se hacen transparentes cuando abandonan cualquier negatividad, cuando se alisan y allanan, cuando se insertan sin resistencia en el torrente liso del capital, la comunicación y la información. Las acciones se tornan transparentes cuando se hacen operacionales, cuando se someten a los procesos de cálculo, dirección y control.” (Han, 2013, p. 6)— que modela las subjetividades y los individuos de modo que uno de sus principales efectos es una política de la uniformidad que tiene lugar a través de la supresión o la absorción de lo otro o lo extraño a la esfera de lo positivo y lo posible: “la transparencia forzosa estabiliza muy efectivamente el sistema dado” (p. 12).

A partir de la noción comunicativa de que los flujos de información circulan mejor y más rápido si no hay *lo diferente* que se interponga y de que esto es un factor clave en los procesos de optimización, Han critica también la maquinaria de la transparencia que tiene lugar en el lenguaje, en la domesticación de las emociones, en el espíritu empresarial que obra en las

formas en que los sujetos se constituyen a sí mismos, en la exigencia de revelar el *corazón* en medios que carecen de imperativos morales como la red digital (Han, 2013, p.44) o, cómo en la coacción de la exposición –donde cada sujeto es su propio objeto de publicidad que obedece a una economía capitalista que “hace de todo una mercancía que está entregada, desnuda, sin secreto, a la devoración inmediata” (p. 15)– se produce un cansancio y agotamiento excesivos que “son precisamente característicos de un mundo que es pobre en negatividad y que, en su lugar, está dominado por un exceso de positividad” (2012, p. 42).

La *transparencia*, por otro lado, reproduce un dispositivo cuyo *locus* de control ya no recae en el *bios* foucaultiano ni su modo en la prohibición incorporada, sino en la *psique* de los sujetos y en la afirmación elegida. Han lo denomina *psicopolítica* y, más que estar urdida con el poder ejercido sobre los cuerpos de los habitantes de los Estados-Nación, está urdida con la libertad del proyecto individual y a la seducción del neoliberalismo que explota la *psique*:

Hoy creemos que no somos un sujeto sometido, sino un *proyecto* libre que constantemente se replantea y se reinventa. Este tránsito del sujeto al proyecto va acompañado de la sensación de libertad. Pues bien, el propio proyecto se muestra como una figura de coacción, incluso como una *forma eficiente de subjetivación y de sometimiento*. El yo como proyecto, que cree haberse liberado de las coacciones externas y de las coerciones ajenas, se somete a coacciones internas y a coerciones propias en forma de coacción al rendimiento y la optimización (...). El neoliberalismo es un sistema muy eficiente, incluso inteligente, para explotar la libertad. Se explota todo aquello que pertenece a formas y prácticas de libertad como la emoción, el juego y la comunicación. (Han, 2014^a, pp. 11-14).

Para Han, la psicopolítica ejerce un poder amable que no enfrenta o niega, sino que se adecua, seduce y ofrece facilidades; no impone silencio, “al contrario: nos exige compartir, participar, comunicar nuestras opiniones, necesidades, deseos y preferencias; esto es, contar nuestras vidas” (2014a, p. 29). De este modo, si la biopolítica se sirve de la estadística de la población para el ejercicio del poder, la psicopolítica neoliberal lo hace a partir de los mapas psíquicos

y emocionales que los sujetos libremente imprimen en el *Big data*, mapas que, incluso, “hacen legibles aquellos deseos de los que no somos conscientes de forma expresa” (p. 96).

En suma, los registros de la negatividad que aparecen en estos dos autores ofrecen un conjunto de índices para ahondar en la naturaleza epistémica y espiritual del pensamiento positivo y en el sentido de las tramas de subjetivación positiva. Ello se sintetiza en los siguientes puntos:

- a) La autorrealización positiva es un programa fantasmático fetichista: se persigue indefinidamente la imagen de sí mismo provisto por programas de autoayuda que demandan un constante e interminable trabajo de vigilancia y mejora. Esta autorrealización narcisista es teóricamente irrealizable pues significaría la consumación con el sí mismo a partir de la imagen del sí mismo: únete a ti a través de ti mismo.
- b) Aunque experimentadas, las emociones forman parte de la vida nuda, de lo pre-individual. Así, la subjetivación positiva se comprendería como un programa político personalizado a través del cual lo impersonal se convierte en materia de control y vigilancia a través de su espiritualización; es decir, a través de un sistema de imágenes que organizan y hacen legible lo impersonal.
- c) El pensamiento positivo implica la articulación subjetiva del *cogito* cartesiano: la conciencia se transporta a sí misma en la atención para reconocerse a sí misma. De modo que más que experimentar la propia vida, se experimenta con ella.
- d) La subjetivación positiva supone ser un proceso de transparencia de sí que trata de eliminar u absorber positivamente lo distinto. A partir de dichas formas de abordar la negatividad, se infiere que en este proceso de transparencia participarían tramas de subjetivación vinculadas teóricamente ligadas con el neoliberalismo.
- e) La subjetivación positiva mediada por Facebook cobra sentido en el marco de la psicopolítica como el ejercicio de un poder inteligente que —apelando a formas de control seductoras como la publicidad de sí mismo, el consumo o la objetivación de los deseos propios— regula las formas de proyección de los sujetos: tanto en la manera

en que se interpreta histórica y socialmente la biografía personal como el modo en que el propio sujeto adquiere presencia mediática.

2.2. Proyecto de sí: dimensión mediática y hermenéutica del agente de la mejora personal

“Proyecto de sí” es un constructo que empleo para captar el doble movimiento hermenéutico y estratégico que ejerce el sujeto que muestra consejos positivos para la mejora personal. Por un lado, siguiendo el enfoque dramático de *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (Goffman, 1981), se observa como una estrategia para hacerse visible en el espacio público de la red social y adquirir en ello una presencia expresiva. Por otro lado, sostenido primordialmente en la comprensión histórica del ser-ahí de Heidegger (1971) y en segundo término del “trayecto de sí” de Giddens (1995), planteo al “proyecto de sí” como una estrategia performativa a través de la que los sujetos experimentan comprensivamente su propia historia y futuridad mediante los mensajes positivos que crean, curan o divulgan. Considero que este doble encuadre permite pensar a la práctica comunicativa de los agentes de la mejora personal como el lugar donde se observan las tramas de subjetivación positiva como regulaciones discursivas y como recursos subjetivos para la proyección individual en los espectros teóricos que en los siguientes párrafos se describen.

2.2.1 “Proyecto de sí”: estrategia expresiva

Asumiendo principios fenomenológicos con los que Goffman (1981) describe la forma en que las personas adquieren y modelan su presencia expresiva ante los otros a partir de ciertos recursos para proyectar la imagen de sí mismo, pienso que la creación, curaduría y divulgación de mensajes positivos para la mejora personal justo son estrategias proyectivas empleadas por los sujetos para controlar la forma en que son vistos por los otros en el espacio de la red social. A la luz teórica de la introducción y el primer capítulo de *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, organizo en cinco características el “proyecto de sí” como estrategia para ser vistos en Facebook.

- a) En tanto recurso de los agentes de la mejora personal, “Proyecto de sí” es un mecanismo performativo y configurativo de su persona gracias a la visibilidad que

provee Facebook y que organiza históricamente bajo el sustantivo “Biografía”; esto, en la medida de que “persona” proviene de “máscara” y que “esta representa el concepto que nos hemos formado de nosotros mismos (...). Venimos al mundo como individuos, logramos un carácter [teatral] y llegamos a ser personas.” (*Ibíd.*, p. 31).

- b) El control de la situación comunicativa, según Goffman (1981), establece una dinámica asimétrica del proceso en la que el actor se expone al peligro del malentendido y que, en respuesta a ello, busca mecanismos para generar la presencia deseada (pp. 18-21). El mensaje de mejora personal, al ser un consejo explícito o tácito, implica que en tanto ser una recomendación pública, no dirigida a alguien en particular y en la que frecuentemente se asume que es el propio agente quien ha atravesado o encarna de algún modo aquello que expresa, deja poco margen para el diálogo, el malentendido o la discusión. Así se comprende que la retroalimentación pública que estos mensajes reciben sea, por abrumadora mayoría, formas de apoyo o asentimiento.
- c) En la medida de que “fachada” “es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación (...) que se convierte en una representación colectiva” (pp. 34-39), podría considerarse que el entorno social y tecnológico de Facebook es empleado como el espacio socio-dramático donde los individuos actúan diferentes roles expresivos, entre los que el mensaje de la mejora personal opera como una “fachada personal” o forma de subjetivación que se identifica “íntimamente con el actuante mismo y que, como es natural, esperamos que lo siga dondequiera que vaya” (p. 35). Esta intimidad entre lo que dicen en la red social y su propia forma de actuar más allá de la red misma se constató en las entrevistas realizadas. En ellas se destaca el hecho primario de que las personas entrevistadas tuvieran la misma e íntima “fachada” de agentes de la mejora personal: su actitud y tono positivo de sus reflexiones en torno de lo que reproducen en Facebook es similar al que reproducen en la proximidad de una conversación “cara a cara”.
- d) Cercano a la “realización dramática” donde el individuo “dota a su actividad de signos que destacan y pintan hechos confirmativos que de otro modo podrían permanecer

inadvertidos y oscuros” (p. 42), la práctica comunicativa de los agentes de la mejora personal está dotada de un conjunto de recurrencias narrativas y simbólicas que confieren expresividad y dramatismo reconocibles a su forma de actuar.

- e) Por último, también comprendida la actuación en el espacio público como una idealización a través de la que se procura parecer algo mejor de que se es y en la que, para lograrlo, se incorporan valores acreditados por la sociedad (pp. 46-62), la proyección de sí mismo con base en mensajes de contenido positivo supone apelar a recursos valorados socialmente para tener una inserción y reconocimiento social más eficaces o menos problemáticos.

2.2.2 Proyecto de sí: estrategia performativa de la auto-comprensión

Por otro lado, en un corte más hermenéutico que fenomenológico, la comprensión histórica del ser-ahí que Heidegger elabora teóricamente en *El ser y el tiempo* (1971) permite pensar a las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal como una estrategia performativa mediante la cual experimentan su propia historia y futuridad como personas. Dicho de otro modo, sobre el norte teórico ofrecido por el “proyecto de sí” heideggeriano, las tramas de subjetivación positiva pueden explorarse, sí, como discursos que tienden a perpetuar mundos conceptuales heredados, pero también como recursos hermenéuticos que auxilian en la forma a través de la que los agentes interpretan y le dan voz a su historia personal, valiéndose del conjunto de prácticas comunicativas y del sentido de autorrealización personal que son inherentes al contenido de estas.

El pensamiento de Heidegger ha sido señalado como una de las fuentes teóricas más importantes de la hermenéutica contemporánea (Ferraris, 1999; Gadamer, 1999) dado que su obra en general, pero más precisamente *El ser y tiempo* (1971), coloca a la comprensión (*Verstehen*) como el componente humano para estar en el mundo en tanto ser histórica y socialmente situado y proyectado. “La comprensión no es uno de los modos de comportamiento del sujeto, sino el modo de ser del propio estar ahí” (Gadamer, 1999, p. 12). A diferencia del animal racional que se hace del mundo en el lenguaje y la capacidad de

inteligir que Aristóteles plantea en su *Política* (Aristóteles, 1988) o del sujeto cartesiano para quien la verdad es una transparencia entre el sujeto cognoscente y el objeto conocido (Descartes, 2006, pp. 127-136), Heidegger traza en la comprensión una categoría ontológica a través de la que los entes se distinguen como ser y, más precisamente, como proyecto que separa al ente como cosa dada (o en estado *yecto*) y al ser humano (o *ser ahí*) como *proyecto*, como ser que se prevé: “comprender tiene en sí mismo la estructura existencial que llamamos ‘proyección’ (...). El carácter de proyección del comprender constituye el en cuanto ‘ahí’ de un ‘poder ser’” (Heidegger, 1971, pp. 162-163).

Desde la visión anteriormente expuesta, “Proyecto de sí” no refiere en principio la proyección como un “lanzar una imagen de sí mismo hacia adelante para ser visto por los otros” como sugeriría la “presentación de sí” goffmaniana que recientemente se ha descrito. Anterior a hacerse presente ante los otros a través de la imagen de sí, el individuo –en tanto *ser ahí* cuyo estar en el mundo es ofreciendo dirección comprensiva a su manera de habitar entre el plexo de sitios que interpretativa e históricamente ocupa (Heidegger, 1971, pp. 250-252)–, “se anticipa a sí mismo. (De modo que) existe un sentido en el que literalmente la futuridad es lo más inmediato, lo más presente de las dimensiones de la temporalidad”, dice Steiner (1999, p. 166).

Por ello, “proyección” “no tiene nada que ver con un conducirse relativamente a un plan concebido con arreglo al cual organizaría su ser el ‘ser ahí’, sino que éste, en cuanto tal, se ha proyectado en cada caso ya, y mientras es, es proyectante” (Heidegger, 1971, p. 163). Esto significa que “proyecto de sí” no refiere ni una programación conductual ni, en principio, un estado psíquico en términos de lo que el individuo piensa que no es y que desea ser en un futuro que no ha llegado todavía (como *no ser feliz: desear ser feliz*). Antes bien, “proyección de sí” es una estructura hermenéutica con la que el individuo experimenta interpretativamente su propia historia personal y se anticipa a sí mismo a través de la comprensión de la posibilidad de “poder ser”, de la posibilidad de realizarse o de no hacerlo: “Y sólo porque el ser del ‘ahí’ debe su constitución al comprender con su carácter de proyección, sólo porque *es* lo que llega a ser o no llega a ser, puede decirse, comprendiendo, a sí mismo: ‘¡Llega a ser lo que eres!’” (p.163).

En este punto, es pertinente reparar en el hecho de que no sólo Heidegger ha meditado sobre el tiempo vivido y su experiencia hermenéutica. Sin las consideraciones ontológicas del ser auténtico (*dasein*) o inauténtico (*dasman*), y sin el juicio epistémico que cobran las formas y los peligros de determinados tipos hermenéuticos de *proyección* que Heidegger señala, Anthony Giddens (1995) también caracteriza al yo moderno como “un trayecto del yo” que sería equiparable al “proyecto” heideggeriano debido a que en ambos autores la proyección implica un ejercicio de reflexividad histórica de sí mismo a través del que los sujetos se incorporan comprensivamente a su propia historia y se anticipan a sí mismos. No obstante, utilizo la diferencia teórica entre estos autores como una manera de clarificar y justificar el marco heideggeriano para explorar las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora como un *performance* hermenéutico.

Con base en la descripción del libro *Self-Therapy* de Janette Rainwater, el sociólogo inglés descompone al individuo de la modernidad reflexiva como una trayectoria existencial que posee 10 características (Giddens, 1995, pp. 99-105):

- a) El yo es un proyecto del que es responsable el individuo.
- b) El yo traza una trayectoria de desarrollo del pasado a un futuro previsto.
- c) La reflexividad del yo es continua y generalizada.
- d) El yo presupone una crónica: los diarios y las autobiografías mantienen un sentimiento integrado del yo.
- e) La realización del yo implica el control del tiempo: “Mantener un diálogo con el tiempo es la auténtica base para la autorrealización” (Giddens, 1995, p. 101).
- f) La reflexividad del yo se extiende al cuerpo a través de una cultura dietética.
- g) La realización del yo es un equilibrio entre oportunidad y riesgo: el desprendimiento de las jerarquías históricas abre oportunidades y peligros.
- h) La línea moral de la realización del yo se basa en ser fiel a uno mismo.
- i) La lectura del proceso de la vida se contempla como un conjunto de pasajes que no están acompañados con la memoria de ritos formalizados.

- j) La línea del desarrollo del yo es propiamente la propia trayectoria de la vida; es decir, es auto-referencial: “La integridad personal, como logro de un yo auténtico, nace de integrar las experiencias de la vida en la crónica del desarrollo del yo” (p. 104).

Aunque en lo fundamental la descripción de Giddens podría comprenderse como una “urbanización” socio-terapéutica del “proyecto de sí” heideggeriano, como una lectura objetiva (en la medida de que extrae estos principios de un modelo bibliográfico de autoayuda) del yo moderno y como una guía para interpretar el *corpus* de esta investigación, parece que la idealización terapéutica que trasunta esta descripción limita la comprensión crítica de las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal.

Puesto que el libro de Giddens básicamente procura “identificar algunos rasgos estructurales del núcleo de la modernidad que interactúan con la reflexividad del yo” (*Ibídem*, p. 10) considero que la “idealización” consiste en suscribir la positividad del planteamiento original de Rainwater; es decir, dar por hecho que verdaderamente exista algo parecido a la autorrealización y de que esta se logre bajo condiciones particulares de reflexividad como, por ejemplo, una continuidad cronológica existencial y hermenéutica del yo entre el pasado, el presente y el futuro que, por lo demás, se pone en entredicho en los mensajes positivos que los agentes de la mejora personal reproducen puesto que en ellos, por el contrario, se manifiesta continuamente una destrucción o anulación del pasado.

A diferencia del “Trayecto del yo” de Giddens (1995), “Proyecto de sí” preserva el sentido de la negatividad que antes se ha visto, puesto que este adelantarse a sí mismo en la comprensión de lo que se ha sido no asume que habrá la realización del yo y, mucho menos, la autorrealización. De esta manera, señalar que teóricamente las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal son una estrategia performativa que permite a los agentes experimentar su propia historia y futuridad, significa que dichas prácticas de comunicación encarnan expresivamente la comprensión que de sí mismos tienen los agentes sin necesariamente estar involucrado un plan preconcebido por una reflexividad continua que los conducirá a la autorrealización efectiva.

Otra línea de pensamiento que alimenta la noción de que las prácticas comunicativas en Facebook son una estrategia performativa que les permite a los agentes encarnar expresivamente la comprensión de sí mismos se encuentra en el *corpus* de textos y conferencias que hacia los últimos años de su vida Michel Foucault fijó alrededor de la denominada “hermenéutica de sí”. En el horizonte de la obra del filósofo francés, esta “hermenéutica de sí” significó el esfuerzo por estudiar la relación entre la subjetividad y la verdad; es decir las maneras en que las relaciones de poder operan sobre el pensamiento y las conductas de tal forma que los sujetos puedan realizar actos donde ellos mismos sean el objeto, el testigo y el conducto de la manifestación de la verdad. Ya en la “Inquietud de sí” (*Epimeleia heautou*) griega o en la confesión cristiana, Foucault (1990) encuentra indicios de este análisis interpretativo de sí mismo y de tecnologías a través de las que los sujetos acceden a y dicen la verdad de sí mismos. En particular, es de interés en esta investigación su análisis a dos prácticas de *aleturgia*¹⁷ del cristianismo primitivo que preceden a la confesión y que recoge con particularidad en las conferencias de que dictó en Berkeley y Dartmouth, en Estados Unidos, en 1980 (Foucault, 2016); me refiero a la “exomologesis” y la “exagoreusis”.

La exomologesis –reconstruida por el autor a partir de un ejemplo de san Jerónimo, en donde la penitente “Fabiola” se fustigó públicamente con gritos, llanto y flagelos pues se había casado por segunda ocasión antes de que muriera el primer marido– en un primer momento era el reconocimiento público de saberse cristiano (el *publicatio sui* de Tertuliano) que derivó en su carácter penitencial más común: una la reconciliación espiritual consigo mismo a través de procedimientos martiriológicos que debían realizarse en público:

¹⁷ En el tercer pie de página de *El coraje de la verdad* (2010) los editores recuperan esta definición de aleturgia extraída de *El gobierno de los vivos* (2014): “al forjar a partir de *altethourges* la palabra ficticia *alethourgia*, podríamos llamar *aleturgia* [manifestación de la verdad] al conjunto de procedimientos posibles, verbales o no, mediante los cuales se saca a la luz lo que se plantea como verdadero, en oposición a lo falso, a lo oculto, a lo indecible, a lo imprevisible, al olvido. Podríamos denominar *aleturgia* a ese conjunto de procedimientos y decir que no hay ejercicios del poder sin algo que no se asemeje a ella” (p. 19).

No [se] confiesa la falta contándole a alguien lo que [se] ha hecho: [se] pone la bajo mirada de todos la carne, el cuerpo que ha cometido pecado. (...) Es la representación teatral del pecador en cuanto este quiere su propia muerte como pecador. Es la representación dramática de la renuncia de sí. (Foucault, 2016, p. 78).

También relevante para esta investigación, la *exagoreusis* –que Foucault (2016) analiza a partir del modelo confesional trazado en *Instituciones y Colaciones* de Juan Casiano, asceta y Padre de la Iglesia del siglo IV– es otra tecnología a través de la que los sujetos dicen la verdad de sí mismos a través del “análisis discursivo y permanente del pensamiento” (p. 93). El examen de sí de la vida monástica conllevaba una preocupación continua por la calidad y la sustancia de los pensamientos:

¿Cómo es posible, según desea Casiano, realizar continuamente ese examen de sí necesario, ese necesario control por parte de uno mismo de los más pequeños movimientos en los pensamientos? ¿Cómo es posible realizar esa necesaria hermenéutica de nuestros propios pensamientos? La respuesta dada por Casiano y sus inspiradores es a la vez obvia y sorprendente: tú interpretas tus pensamientos al decírselos a tu maestro o tu director espiritual; interpretas tus pensamientos al confesar, no tus actos, claro está, no al confesar tus faltas, sino al confesar continuamente el movimiento que puedes advertir en tu pensamiento. (pp. 86-87).

La *exagoreusis* justo consiste en este acto de verbalización que tiene, según Foucault, cuatro características: el sujeto se interpreta a sí mismo; no es una retrospectiva sobre el pasado sino, más bien, una actividad contemporánea a los propios pensamientos; debe ir a lo más profundo de los pensamientos de manera que se puedan desenterrar sus raíces más oscuras; en la medida de que se lleve a la luz lo más oscuro “conduce (...) al alma humana del reino de Satanás a la ley de Dios” (Foucault, 2016, p. 90).

Estas tecnologías, que en el marco de las indagaciones foucaultianas representan formas en las que las relaciones de poder modelan el acceso de los sujetos a la verdad de sí mismos,

ofrecen perspectivas para comprender el sentido de las prácticas de los agentes de la mejora personal en la medida de que en ambas el sujeto realiza actos expresivos que concretan la interpretación que tiene de sí mismo.

Si bien, en principio, una diferencia evidente entre estas formas aletúrgicas y las tres prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal estudiadas en esta tesis es que aquellas contienen componentes religiosos y morales (el pecado, la penitencia y la obediencia) que aparentemente estas no tienen, el análisis de la exomologesis y la exagoreusis sí muestra rasgos performativos y hermenéuticos análogos que son útiles como marco teórico.

En términos generales, estas tecnologías aletúrgicas abren la posibilidad teórica de considerar a las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal como una síntesis aparentemente profana de dichas interpretaciones de sí ancladas en un universo conceptual mágico o religioso. El “proyecto de sí”, en el sentido teatral goffmaniano y en el tenor hermenéutico construido por Heidegger, contiene los ecos dramáticos de la exomologesis como instrumento para integrarse a la comunidad y a la textualización o verbalización pública del análisis de sí mismo como factor compartido con la exagoreusis.

2.3 Cultura terapéutica de la autoayuda

La elaboración de un marco teórico como herramienta para cuestionar y dar sentido a las tramas de subjetivación positiva ha de considerar necesariamente la organización y el estudio de la literatura que se ha suscitado, desde la década de los noventa del siglo pasado, en torno de la cultura de la autoayuda, pues en dicha literatura se detectan ya una serie de líneas teóricas sobre las maneras en que es modelado el cuidado reflexivo y emocional de los sujetos, y el carácter político, económico y cultural de este modelamiento positivo.

Dichas líneas teóricas no se trasladan de manera íntegra al análisis del *corpus* textual debido sobre todo a que la mayor parte de los estudios sobre la autoayuda no consideran la dimensión subjetiva del fenómeno cultural. A pesar de ello, sí proveen de un importante marco de conocimientos que ofrecen elementos para rastrear y nombrar tramas discursivas que operan la lógica del pensamiento positivo y dan sentido a la experiencia de los agentes de la mejora personal, así como para pensar estas tramas a la luz de encuadres teóricos políticos, económicos y culturales.

Este apartado está dividido en tres segmentos. En el primero se refieren las generalidades del carácter multifactorial que ha perfilado lo que hoy se conoce como la cultura de la autoayuda y, en ello, se discierne el lugar que tiene el pensamiento positivo. En el segundo se describe a la autoayuda como una cultura de doble carácter discursivo: por un lado, como reproductora de textos escritos y audiovisuales que siguen cánones temáticos, estilísticos y narrativos que la vuelven identificable; por otro lado, como una cultura terapéutica que, a través de las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal en Facebook, promueve la sanación y la mejora mediante ensalmos positivos. Por último, se señalan las tensiones políticas, económicas y culturales que, desde la teoría, se activan en el modelamiento de tramas de subjetivación positiva.

2.3.1 Un vistazo al origen multifactorial de la autoayuda

Comprendida como la cultura popular dominante que se instaló y desarrolló en Estados Unidos durante el siglo XX, cuya función es ofrecer una guía de reflexión y una programación emocional positivas respecto de la manera en que los individuos se relacionan consigo mismos y con los otros en una sociedad cuyas normas se hacen cada vez más vagas y complejas (Ehrenreich, 2011; Illouz, 2010), la actual y multifacética cultura terapéutica de la autoayuda es considerada como el efecto de la popularización de un conjunto multidimensional de principios religioso-metafísicos, empresariales y psicológicos de carácter positivo que han venido incorporándose y consolidando a la cultura como principal proveedora de productos para el cuidado de sí y al pensamiento positivo como el sistema epistémico que la nutre mediante programaciones para el auto-esclarecimiento.

Aunque los orígenes históricos de una programación emocional y reflexiva para la mejora personal podrían rastrearse en el “conócete a ti mismo” (*gnothi seauton*) inscrito en los templos dedicados a Apolo, en la filosofía estoica de Marco Aurelio o Séneca o, como se ha señalado, en las prácticas de exomologesis y exagoreusis, la programación positiva y los productos culturales de autoayuda teóricamente parecen ser inherentes a los procesos de individuación en escenarios sociales adversos, propios de las sociedades contemporáneas y a una política capitalista postdisciplinaria y neoliberal. No obstante, hay elementos para pensar que esta relación ínsita entre pensamiento positivo, autoayuda y capitalismo postdisciplinario que se ha establecido en la literatura social sobre la autoayuda (como cultura mediática, particularmente literaria, que hace hincapié en la necesidad de la programación mental positiva) es producto de un desarrollo histórico multifactorial y diferenciado en el que, incluso, se observa que en su origen el género de la autoayuda no contemplaba al pensamiento positivo y, viceversa, en la adecuación cultural de los indicios arqueológicos del pensamiento positivo el precepto de auto-ayudarse no tenía todavía lugar.

En primer término, cabe recordar que el libro fundacional de la autoayuda, *Self-Help* (escrito por el político y moralista escocés Samuel Smiles, y publicado originalmente en Inglaterra en 1859) no reproduce programaciones mentales o motivacionales de carácter positivo. De

hecho, contrario a la flexibilización del carácter aconsejada por la autoayuda contemporánea, reproduce el imaginario industrioso y victoriano del burgués inglés del siglo XIX, debido a que es una defensa de las posibilidades del carácter duro, el trabajo disciplinado y la educación como bases para la mejora personal:

El premio y la gloria de la vida es el carácter. Es la posesión más noble de un hombre, constituyendo por sí sola una categoría y una propiedad en la buena voluntad general; dignificando todo puesto, y elevando toda posición social. Ejerce mayor poder con la riqueza, y se asegura toda honra sin los celos de la celebridad. Lleva consigo una influencia que siempre se hace sentir; porque es el resultado del honor, de la rectitud, y la consistencia probados, cualidades que, quizás más que cualesquiera otras, imponen la confianza y el respeto general de la humanidad. (Smiles, 1895, pp. 338-339).

En segundo lugar, la adecuación popular de los principios epistémicos del pensamiento positivo, antes de estar fusionada en la autoayuda, tuvo lugar en el movimiento metafísico norteamericano que se denominó Pensamiento Nuevo (*New Thought*). Fue fundado por el relojero, inventor y sanador Phineas Quimby y su paciente Mary Baker Eddy (fundadora, a su vez, del movimiento religioso *Christian Science*, que ha dado lugar a numerosas corrientes cristianas en Estados Unidos que llegan hasta personajes tan inauditos como Ron Hubbard, fundador de la Cienciología, o Joel Osteen, afamado autor de libros de autoayuda, televangelista y creador de la iglesia protestante más grande en Estados Unidos). De gran popularidad a finales del siglo XIX y principios del XX (entre sus divulgadores estaban Ralph Waldo Emerson y William James), este movimiento propugna por la sanación a través de los poderes de la mente de un tercero (el sanador) que entra en comunicación con la Conciencia o Voluntad Divina con el fin de curar las dolencias del enfermo. Se originó con la fusión del mesmerismo (doctrina médica que combinaba el hipnotismo con el magnetismo mental que daría pie a lo que hoy se conoce como *Ley de la atracción*: los pensamientos son unidades de energía lanzadas al universo en forma de imágenes y el universo regresa al sujeto una onda de energía similar); la atención a los padecimientos mentales como la neurastenia y la fatiga crónica asociados con la aceleración de la vida cotidiana representada por el tren, la

telefonía y los automóviles; y el calvinismo de un dios austero y punitivo que, con el paso de las décadas, habría de mutar en un evangelio de la prosperidad (Béjar, 2014; Eherenreich, 2011; Meyer, 1980).

Sería hasta el libro *Piense y hágase rico*, escrito por Napoleón Hill y publicado en 1937, que, bajo una perspectiva empresarial capitalista, la autoayuda y el pensamiento positivo se fusionarían. Seguidor del Pensamiento Nuevo y sintetizando los patrones de pensamiento de 45 millonarios, este libro se propone como una filosofía secreta para el éxito que se revela de manera directa para que cada hombre y mujer la aplique en su propia vida: “Una característica de este secreto es que quienes lo adquieren y lo emplean se ven literalmente arrastrados hacia el éxito” (Hill, 2008, p. 9). Dicho secreto es el poder de la autosugestión a través de la cual “el hombre puede convertirse en el dueño de sí mismo y de su ambiente, porque tiene el poder de influir en su propio subconsciente.” (p. 69). La técnica –que en la sanación vinculada al Pensamiento Nuevo recaía en el tercero, en el sanador– consiste en que el propio sujeto se programe conscientemente para generar imágenes del objeto de deseo de modo que estas imágenes se desgranen al subconsciente (que en la epistemología de Hill es la parte animal o pre-individual del ser humano que puede *sintonizarse* con los materiales del universo) y, de ahí, se hagan posibles en el mundo material gracias a lo que el propio Hill denomina “Inteligencia Infinita” (p. 191) que es ya una corrección metafísica y capitalista del dios austero y patibulario del calvinismo norteamericano del siglo XIX.

También en el ámbito literario, *El poder del pensamiento positivo*, escrito por el predicador Norman Vincent Peale y publicado en 1952, es un indicador de la naturaleza multifactorial que ha integrado a la cultura terapéutica de la autoayuda. A diferencia del Pensamiento Nuevo o de la obra de Hill, este libro “que empujó a los norteamericanos del siglo XX (y de paso a la población mundial) a realizar este trabajo incesante de pensar positivo” (Ehrenreich, 2011, p. 111) aplica el poder transformador del pensamiento positivo no para la cura de neurastenias o para atraer riquezas o poder, sino para curarnos a nosotros mismos de nosotros mismos: de nuestro sentimiento de inferioridad. Este libro simboliza la popularización del discurso psicológico que décadas antes había introducido Freud en Norteamérica, el ingreso de esta disciplina y de las emociones a la conformación contemporánea de la autoayuda, y

de la definición de que el más fértil campo para la reproducción de los productos culturales de la autoayuda es la propia psique de los sujetos puesto que el enemigo es interior y difícilmente reconocible:

Muchas de las causas de los sentimientos de inferioridad provienen de nuestra infancia (...). El complejo de inferioridad erige barreras en el poder de nuestras personalidades. Puede ser causado por alguna violencia emocional padecida en nuestra niñez, o ser la consecuencia de ciertas circunstancias, o tal vez algo que nos hicimos a nosotros mismos. Este malestar surge de un pasado borroso en el oscuro hueco de nuestras personalidades. (2004, pp. 4-5).

Un último aspecto que aquí se considera sobre la conformación multifactorial de la autoayuda, no representa tanto el abandono del lenguaje metafísico y de la versión mágica y cuántica de la ley de la atracción, cuanto del crecimiento de los materiales culturales de la autoayuda, de los objetos que caen bajo su vigilancia, del discurso argumentativo que la respalda y de la dimensión institucional que cobra. La psicología positiva es una corriente de estudios que “se centra en el significado de los momentos felices e infelices, el tapiz que tejen, y las fortalezas y virtudes que manifiestan y que otorgan.” (Seligman, 2003, p. 9). En su obra principal, *La auténtica felicidad*, Martin Seligman (2003), antiguo presidente de la Asociación Estadounidense de Psicología (APA) y fundador de la Psicología Positiva, expone –a través de una versión edulcorada con analogías, anécdotas personales epifánicas y un estilo de escritura sin progresión lógica, muy parecido a los cánones del género de la autoayuda– una versión psicológica del poder de la mente para resignificar la experiencia subjetiva en términos de felicidad duradera. Carente, ya no de una discusión teórica sobre la felicidad, sino siquiera de una definición de la misma, el autor ofrece “La fórmula de la felicidad”:

Aunque gran parte de la investigación sobre la que se asienta este libro se basa en estadísticas, una obra de psicología destinada al gran público culto puede

contener a lo sumo una ecuación. Así pues, aquí está la única ecuación que les pediré que tengan en cuenta:

$$F = R + C + V$$

En la que F es su nivel de felicidad duradera, R su rango fijo, C las circunstancias de su vida y V representa los factores que dependen del control de su voluntad. (p. 23).

Más allá de los errores o lagunas argumentativas de Seligman señaladas por Ehrenreich (2011, p. 177-211) o del desacierto lógico que implica “medir” la felicidad (Loewe, 2011), es importante para este trabajo destacar que la Psicología Positiva condensa y organiza la incorporación de múltiples factores en la configuración de la cultura de la autoayuda contemporánea: la creatividad y la felicidad, la inteligencia emocional y la resiliencia, son materiales psíquicos o psicologizados que se han priorizado como objeto de vigilancia y evaluación positiva y sobre los que se puede incidir a través de programaciones reflexivas y emocionales conscientes; además, aunque no sea válido en términos lógicos, filosóficos y morales, el discurso cientifizante de la psicología de la felicidad nubla el origen metafísico y mágico del pensamiento positivo y consolida a la autoayuda como una institución simbólica para el cuidado de sí que, incluso, ha encontrado eco en instituciones educativas y de gobierno.

2.3.2. El cuidado de sí discursivo

Sobre la comprensión teórica general de que en su dimensión discursiva la autoayuda son textos escritos o audiovisuales que prescriben programas de conducta reflexiva o emocional cuyo fin es la motivación psíquica endógena para el diagnóstico, prevención y transformación personal con miras al éxito en un entorno apremiante que vulnera la autoestima y precariza el desarrollo personal (Ampudia, 2010; Coll, 2006; Peredo, 2013; Apodaka, 2011; Papalini, 2005, 2006-2007, 2007; 2010, 2013; Rimkie 2000), y que su narrativa o proceso

argumentativo plantea un problema conductual que es resuelto en el desarrollo mediante el empleo de una narración testimonial, biográfica o descriptiva que evidencia la transfiguración personal (Ampudia, 2010; Peredo, 2013; Papalini, 2006-2007, 2013), una de las características que parece congénita al desarrollo y la actualidad de la autoayuda como cultura abocada al cuidado de sí es que es una cultura discursiva; esto, al menos en dos sentidos. Uno, su transmisión está montada sobre manifestaciones textuales que se producen sobre modelos canónicos que la tornan temática, estilística y narrativamente identificable. Dos, es una cultura terapéutica que promueve la aprehensión y repetición de claves discursivas para el ejercicio reflexivo sobre sí mismo como un mecanismo para visibilizar, aclarar y declarar las zonas internas de optimización; mecanismo que funge como recurso para la mejora efectiva de la conducta.

Es preciso esbozar este doble carácter discursivo de la autoayuda no sólo como un modelo para caracterizar las prácticas comunicativas en Facebook de los agentes de la mejora personal, también como un medio para pensar al componente narrativo de los consejos de mejora personal y al papel terapéutico de la palabra como tramas de subjetivación.

Patrones textuales del discurso de autoayuda

Más allá de la manera en que los estudios sociales sobre la autoayuda caracterizan a la subjetividad que se conforma en sus tensiones estructurales, existe el acuerdo tácito de objetivarla como un fenómeno textual, particularmente literario¹⁸. En consecuencia, su

¹⁸ Mención aparte merecen los trabajos de Eva Illouz que han explorado los límites objetuales y conceptuales de la autoayuda. Objetualmente sus trabajos sobre *El show de Oprah Winfrey* (2003) o sobre la página de citas *Match.com* (2007) son prueba de cómo sobre la base textual puede extenderse el estudio discursivo y sociológico de la autoayuda a otros objetos mediáticos. Conceptualmente, además de establecer las bases para comprender los condicionamientos psicológicos, empresariales, narrativos o feministas de la autoayuda (retomados en el apartado siguiente), su acercamiento al libro *Cincuenta sombras de Grey* (2014) demuestra que la autoayuda no sólo se reproduce en manuales de comportamiento, libros de *management*, novelas alegóricas (como las de Paulo Coelho) o libros de meditación, sino que también tiene lugar en las fantasías y el comportamiento sexual femenino que dicho libro codifica.

abordaje analítico se centra frecuentemente en los patrones textuales que los libros reproducen, de tal manera que el “discurso de la autoayuda” –término utilizado por Vanina Papalini para definir la amplitud y dimensión cultural de la autoayuda (2013)– se vuelve observable en diferentes capas o estructuras textuales.

En cuanto a su carácter genérico, Ampudia (2006, 2007, 2010), desde una visión elisiana, y Camilo (2012), desde una foucaultiana, coinciden en que los textos de autoayuda conservan las formas de los antiguos tratados de buenas maneras o de educación sentimental; Coll (2006) señala la similitud de estos libros con las narrativas de vidas ejemplares; Rose (1999) desde el auto-análisis, Apodaka (2011) desde las prácticas de la innovación y el emprendedurismo, o Manjón (2014) desde una comparación con el consejo del analista, observan el componente psicoterapéutico de su discurso; Moritán (2012), Lombana (2009), Souroujon (2009) leen a la autoayuda como textos de índole filosófica y moral; Schettini (s/a), como un discurso religioso ligado al movimiento neo-pentecostal brasileño; Papalini (2005, 2010) y Peredo (2012) destacan la heterodoxia de géneros que caben bajo el rótulo editorial “libros de autoayuda”: novelas o cuentos alegóricos, biografías, guías de consejos prácticos, libros de *management* empresarial, libros de poesía o de psicología.

En el nivel discursivo, si bien Bruno y Luchtenberg (2006) echan luz sobre la realización interior de la subjetividad a partir del análisis de 40 títulos de libros o Ampudia (2006) esclarece rasgos idiosincráticos relativos a la voz autoral calma y técnica, Papalini (2010), con base en la teoría de géneros discursivos de Bajtin (para el autor ruso los tres aspectos que definen al género son tema, composición y estilo), es quien ofrece la mejor caracterización textual de la autoayuda. Enseguida sintetizo elementos relevantes para esta investigación:

- a) El común denominador temático es que los textos tratan “la dimensión subjetiva como fundamento de un cambio vital individual, orientado a una finalidad instrumental –superar el dolor, la angustia, influir en las personas, desarrollar ciertas capacidades, liderar grupos humanos, etc.” (p. 155).
- b) Se estructuran alrededor de un problema que se expone a través de ejemplos o testimonios sobre los cuales se generalizan los problemas y las soluciones propuestas.

- c) Explicitan un discurso socialmente legítimo y se apela a un razonamiento fundado en la ciencia docta (que van desde al cognitivismo a la teoría de sistemas), pseudociencia, religiosidad o la casuística.
- d) Se invoca a un fundamento o tejido espiritual que interviene en el orden humano y que le da sentido a su experiencia cotidiana. (no es tanto “Dios” como “el Amor”, “los Sueños”, “la Vida”).
- e) Estilísticamente es un

dispositivo discursivo montado en tres pasos. El primero supone el uso del lenguaje en función expresiva [que] busca un efecto de personalización (...). El segundo implica una interacción en otro nivel: el yo-enunciador es artífice (...) de la estrategia de persuasión, volcándose hacia un tú/usted (...) el autor ofrece al lector una resolución al problema planteado (...). El tercer paso culmina la lógica inductiva (...) las recomendaciones se establecen como fórmulas impersonales, como un conjunto de dogmas prácticos de los que se derivan instrucciones neutrales. (p. 157).
- f) Se suelen encontrar test o estrategias para que el lector pueda auto-evaluarse.
- g) La enseñanza final se destaca del resto de la narración: funciona como la moraleja de las fábulas clásicas (*Ibídem*, pp. 155-157).

Para finalizar, otro importante aspecto que enriquece la lectura e interpretación de las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal, en aras de visibilizar y nombrar tramas de subjetivación positiva, es la clarificación de la estructura narrativa de la autoayuda y su discernimiento como una narrativa que en términos generales reproduce el monomito del héroe detectado por Joseph Campbell (1959) en la mitología universal.

Tanto Illouz (2007) como Apodaka (2011) han señalado los patrones elementales de la narrativa de la autoayuda. En el marco de la descripción del complejo psicológico de la autoayuda que se sintetiza como “el poder cambiar para llegar a la meta de la autorrealización” (2011, p. 1105), Apodaka señala que

El esquema de la autoayuda es simple: (1) *Victimización*: la influencia externa convierte a la persona en un sujeto mutilado, apático, infeliz, sufriente, desgraciado. (2) *Concienciación*: esa misma persona puede cambiar la situación pero no lo sabe, por ende, necesita una mediación, una guía, una luz [...] (3) *Empoderamiento*: gracias a esa intervención la persona activa las fuerzas psíquicas internas necesarias para el cambio. (4) *Resolución* positiva de los problemas: el cambio tiene lugar. (2011, p. 1105)

Por otro lado, tras referir libros biográficos sobre las vidas Oprah Winfrey, Brooke Shields y Jane Fonda que se destacan como modelos ejemplares de la autorrealización y la autoayuda con base en el triunfo sobre momentos de sufrimiento psíquico, Illouz (2007) señala que “las tres biografías de mujeres poderosas se relatan así como una historia de constante búsqueda del yo interior, una lucha por la vida emocional y, por último, la liberación psíquica de sus trabas emocionales” (p. 120).

En ambos casos puede observarse un modelo elemental que va del infortunio del sujeto que lo pone en peligro, las estrategias positivas (conciencia de sí y empoderamiento de sí) para afrontar dicho infortunio, el triunfo del auto-esclarecimiento y, algo no declarado por los autores pero tácito: su triunfo es exteriorizado, comunicado expresivamente.

Con la enorme salvedad de que el camino narrativo (o monomito) que posee el modelo mítico del héroe analizado por Campbell (1959) se sostiene en un conjunto de estructuras que son inherentes a la negatividad¹⁹, considero que es fructífero codificar los modelos de Apodaka (2011) e Illouz (2007) bajo la tensión teórica de los estadios que intervienen en el camino o viaje del héroe mítico propuestos por el mitógrafo estadounidense. “La llamada”, “el cruce del umbral”, “el vientre de la ballena”, “el camino de las pruebas”, “apoteosis”, “el cruce del umbral del regreso” y “libertad para vivir” son arquetipos referidos por Campbell que echan

¹⁹ El héroe enfrenta la regeneración del sí mismo justo porque se ha perdido, porque es destruido por lo que es, o porque es enfrentado a lo Otro y su triunfo reestablece los lazos sociales: “El héroe ha muerto en cuanto a hombre moderno; pero como hombre eterno –perfecto, no específico, universal– ha vuelto a nacer” (1959, p. 18).

luz sobre un patrón de subjetivación auto-heroicizante que se detecta en la dimensión narrativa de las tres prácticas de los agentes de la mejora personal en Facebook.

Ensalmos positivos

Vistas desde el marco teórico de la hermenéutica del sujeto que busca

saber cómo el sujeto humano entró en los juegos de la verdad, sea los juegos de verdad que tienen la forma de una ciencia o que se refieren a un modelo científico o los juegos de verdad como los que uno puede encontrar en las instituciones o prácticas de control. (Foucault, 1994, p. 257).

Más que una práctica coercitiva, las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal son auto-afirmativas y ascéticas; práctica ascética “no como una moral de renuncia, sino el de un ejercicio de sí sobre sí por el cual uno intenta elaborarse, transformarse y acceder a un determinado modo de ser” (*Ibidem*, p. 258). El ascetismo terapéutico de la epistemología positiva reproducida en los productos culturales de autoayuda, y particularmente el reproducido por los mensajes divulgados en Facebook por los agentes de la mejora personal, es un ejercicio lingüístico en el que, a través de fórmulas admonitorias, se manifiestan aclaran y declaran las interioridades subjetivas que los individuos consideran conflictivas, esto como recurso para la reprogramación de las formas de sentir y de pensar en perspectiva de su felicidad o éxito personal. Pienso que dichas fórmulas, enunciadas expresa o tácitamente, son la objetivación de un patrón de subjetivación que implica dos cosas: que el pensamiento positivo puede entenderse como una actualización del pensamiento mágico que durante siglos condujo la manera en que los individuos velaban su propio destino y ejecutaban el

cuidado de sí²⁰, y, además, que la formulación discursiva de los problemas o trabas psíquicas es una medida terapéutica.

Es evidente que la idea de que la palabra posee poderes profilácticos no es privativa de la cultura de autoayuda. Sumados a las tecnologías de la exomologesis y exagoreusis anteriormente referidas, también el cuidado de sí socrático, por ejemplo, se entiende como un ejercicio ascético-discursivo confeccionado con cuestionamientos a través de los cuales el discípulo entraba a su no saber más profundo en relación con la virtud; o, en el sentido de la beatitud, la profilaxis auto-confesional agustiniana es el llamamiento a lo divino que habita en sí mismo: “¿cómo invocaré yo a mi Dios, a mi Dios y mi Señor, si cuando lo invoco lo llamo hacia mí?” (San Agustín, 1990, p. 28). Aun así, existen un conjunto de características que la autoayuda imprime en esta estructura de organización social y psicológica como recurso para la experiencia individual que sintetizo a través de la expresión “ensalmos positivos”. Con el término “ensalmo” intento recuperar una doble caracterización del decir positivo y terapéutico divulgado en Facebook: por un lado, como fórmula verbal reiterativa y ritual para la sanación y, al mismo tiempo, la tirantez teórica que en su origen mantuvo el psicoanálisis con la sugestión hipnótica como parte del proceso analítico (Ceniceros, 2014; Salamone, s/a), esto como herramienta para clarificar algunos rasgos particulares al poder terapéutico del decir o la enunciación positiva.

²⁰ En *La curación por el espíritu* (2006), libro escrito alrededor de 1930, Stefan Zweig estudia las obras de Mesmer, Mary Baker-Eddy y Freud como ecos terapéuticos de la ancestral sanación apoyada en el pensamiento mágico. El escritor austriaco sostiene que, si en un inicio la ciencia médica era indisoluble de la ciencia teológica, los avances científicos y tecnológicos, además de encumbrar la figura del médico y oscurecer la de los sacerdotes, brujos o chamanes como mediadores de las fuerzas siderales, ha reducido al pensamiento mágico a una mera curiosidad antropológica. Si la ciencia médica moderna aísla, objetiva, segmenta y cura al cuerpo, y hace del médico una figura fría e imposibilitada para ver a la persona como un todo integrado, el pensamiento mágico procuraba la sanación a través del restablecimiento del vínculo entre el cuerpo doliente y el alma universal de la naturaleza, empleaba como intermediario al sacerdote o chamán que veía al cuerpo como un todo anímico y a la palabra, al gesto, al canto y a la catarsis como los instrumentos de sanación. Esta investigación prevé que el pensamiento positivo podría considerarse como una actualización neoliberal del pensamiento mágico.

Aunque Illouz (2010, 2012) haya cifrado la constitución de la cultura de la autoayuda en la popularización de la gramática freudiana para explicar el aparato psíquico, es pertinente no sólo recordar que el Pensamiento Nuevo imprime rasgos idiosincráticos norteamericanos (Ehrenreich, 2011) a la cultura de autoayuda sino también que, propiamente, aunque el psicoanálisis y la programación positiva articulen la noción de que la enunciación de las interioridades psíquicas en conflicto es curativa, su forma de interpretar esta trama es muy diferente. A partir de la distinción de estos dos esquemas del cuidado de sí, se clarifican cuatro singularidades que ayudan a pensar a las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal como ensalmos positivos:

- a) El psicoanálisis y la autoayuda son formas del cuidado de sí que objetivan discursivamente dimensiones interiores que son padecidas por los sujetos. La objetivación ofrece la apariencia de control y manipulación en la medida de que la enunciación del malestar coincide con su articulación bajo una lógica gramatical. Para el psicoanálisis, sin embargo, la hondura del deseo y lo deseado es indecible: “eso que no tiene palabras es el núcleo del inconsciente reprimido” (Ceniceros, 2014, p. 10) y este factor de indecibilidad e imposibilidad de aprehensión (que Lacan vincularía al objeto deseo α (2004)) apunta justamente a la reticencia del psicoanálisis a hablar de “cura” en los mismos términos que la medicina.

Por el contrario, en la episteme positiva de los productos culturales de autoayuda, el aparato psíquico pierde hondura y gana transparencia comunicativa puesto que, aun cuando permanezca como dimensión psíquica, el inconsciente se vuelve narrable (Peale, 2004) y experimentable a través de las emociones que, aun siendo pre-individuales (Agamben, 2005), “bajo la égida del modelo psicológico de la “comunicación” [y concepciones como *inteligencia emocional*] se convirtieron en objeto a ser pensados, expresados, discutidos, debatidos, negociados y justificados, tanto en la empresa como en la familia” (Illouz, 2007, p. 86); de tal manera que las palabras se convierten en un espejo nítido donde la pre-individual se vuelve consciente y, organizadas en recomendaciones, fórmulas impersonales o “conjuntos de dogmas prácticos de los que derivan instrucciones neutrales” (Papalini, 2010, p. 157), adquieren la fenomenología de los ensalmos: palabras mágicas que, sin

necesidad de análisis o interpretación, y basadas en la sugestión del decreto, producen la experiencia de una cura o bienestar repentinos.

Antropológicamente, se entiende, la autoayuda se refleja sobre el orden psicológico, mientras el ensalmo lo hace sobre el alma: ese ente que en las culturas premodernas sirve para “denominar el tejido moral, tradicional y religioso que precedió a las culturas científicas y secularizadas, dominadas por el capitalismo consumista” (Illouz, 2014^a, p. 33).

- b) El psicoanálisis y la autoayuda son apoyos en la estructuración discursiva del devenir histórico o proyecto de sí de los sujetos. La reconstrucción histórica realizada “durante el proceso psicoanalítico, y cuyo instrumento son las llamadas *construcciones*, es lo que permite que el paciente pueda remontar su mito personal, y de esta forma, acceder al conocimiento e integración de su historia” (Vives, 1996, p. 5).

En un sentido diferente, la autoayuda promueve “soltar el pasado” y “disfrutar el cambio”; la positivización del proyecto personal tendería así a forcluir la integración de las representaciones, recuerdos, eventos o afectos del pasado en aras de fundar un presente emotivo y feliz; como en el ensalmo, la base mágica de las recomendaciones positivas *encanta* al sujeto en un presente recién instaurado que no es consecuencia del pasado y que no buscaría modelar un futuro.

- c) Es evidente que la presencia del analista ofrece una otredad que no es patente en la autoayuda y que dicha circunstancia condiciona la manera en que opera la relación entre el discurso y el propio sujeto. En el psicoanálisis, el analista es el *otro* que hace eco al analizado con la interpretación y la verdad que esta conlleva: “Si la interpretación no fuera lo que entrega material, quiero decir, si se elimina radicalmente la dimensión de la verdad, toda interpretación no es sino sugestión” (Lacan, 2004, p. 373).

En la cultura de la “autoayuda”, como la propia expresión lo establece, el *otro* que interpreta se soslaya como dimensión terapéutica; en su lugar suelen encontrarse –en los libros del género, pero también en los mensajes de los agentes de la mejora personal– “*test* y otras estrategias que permitan al lector diagnosticar su situación y

evaluar sus progresos” (Papalini, 2010, p. 157), estrategias de evaluación que apuntan a que, en lugar de establecer una relación interpretativa consigo mismo, el sujeto se codifica a través de un conjunto de significantes absolutos (los números) que neutralizan la labor hermenéutica en favor de una lectura y programación eficaces de los comportamientos.

Pese a las diferencias sobre el carácter antropológico y social, el ensalmo tradicional –como en el psicoanálisis– también tiene lugar a través del *otro* o ensalmador que interviene sobre el enfermo, pero su diagnóstico –como el de la autoayuda– surge de la detección de significantes absolutos que neutralizan el análisis de las particularidades subjetivas de los individuos.

- d) Por último, en *Antropología estructural*, Lévi-Strauss (1987) refiere la labor de los chamanes o ensalmadores y de los psicoanalistas con el concepto de “abreacción”; es decir, ejercicio catártico que “lleva a la conciencia conflictos y resistencias que han permanecido hasta ese momento inconscientes [de modo que] se reactualizan en un orden y en un plano que permiten su libre desenvolvimiento y conducen a su desenlace” (p. 222); el antropólogo francés distingue, sin embargo, que la magia (del ensalmo) crea un vínculo entre lo sacro y lo profano que “readapta el grupo, por medio del enfermo, a problemas predefinidos, mientras que el psicoanálisis readapta al enfermo al grupo mediante soluciones introducidas” (*Ibidem*, p. 209).

Atraídas a la reflexión sobre las singularidades que adopta la trama de subjetivación del poder terapéutico de la palabra en las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal en Facebook, las nociones de Lévi-Strauss plantean que, consideradas teóricamente como ensalmos positivos, estas prácticas de comunicación se muestran como abreacciones que disuelven los conflictos y las resistencias que permiten, desde la experiencia de los sujetos, la autorrealización.

Asimismo –partiendo de la cuestión sobre quién es el destinatario de lo que dice el agente de la mejora personal en Facebook– dichas nociones plantean la paradoja de que los ensalmos positivos divulgados en Facebook se podrían interpretar al menos en dos sentidos; por un lado, como enunciaciones que procuran el restablecimiento de un vínculo sacro que readapte y congrege a la comunidad alrededor de problemas

pre-definidos culturalmente (la búsqueda de felicidad, la autorrealización o el sexismo, por ejemplo) que están encarnados en la *psykhé* o alma del enfermo que, en este caso, es el propio agente de la mejora que se presenta a sí mismo como el ensalmador que dirige los ensalmos a sí mismo como en un acto público de expiación y auto-sanación similar las técnicas de aleturgia referidas antes; por otro lado, también podrían comprenderse como enunciaciones que, dirigidas a los otros –a quienes todavía no o a quienes ya experimentan el mensaje positivo y requieren de motivación– procuran readaptarlos a la comunidad y a sus patrones sociales mediante un conjunto de soluciones o programaciones de comportamiento pertinentes.

2.3.3. Autoayuda: Tensiones de la psiquis contemporánea

Pienso que un elemento central para explorar tramas que participan en la configuración de la subjetivación positiva que tienen lugar en Facebook es describir las tensiones o fuerzas culturales, políticas y económicas que modelan a la cultura de la autoayuda y su componente epistémico positivo. Los estudios que se han hecho desde una perspectiva social arrojan una serie de constantes que organizo en tres dominios donde estas tensiones se observan. En relación con el tono sacro del ensalmo positivo, el primero plantea a la autoayuda como síntesis cultural de la modernidad reflexiva y de las tensiones teóricas en torno de la secularización del alma; el segundo la presenta como una cultura que provee mapas de comportamiento reflexivo y emocional que ofrecen sentido a la experiencia subjetiva de la precariedad; el tercero lo hace como un dispositivo de control que normaliza la precariedad vinculada a las políticas económicas del neoliberalismo, específicamente a las políticas aplicadas en México.

Autoayuda: entre la modernidad reflexiva y la secularización del alma

Aunque son productos de diferentes procesos históricos y teóricos, la modernidad reflexiva y la secularización del alma son también formas teóricas de comprender al fenómeno de la

individualización como el efecto del repliegue de orbes supra-individuales que acompañaban, conducían u ofrecían marcos de comprensión que daban sentido a la experiencia personal. La primera es un instrumento para el estudio y la crítica de la relación que existe entre las estructuras sociales –y su poder para condicionar la subjetivación de los individuos– y la agencia subjetiva –y su capacidad para generar estrategias de individualización (Beck, Giddens y Lash, 1997). La segunda es una manera de señalar las tensiones teóricas acerca de la supuesta revocación de Dios y lo sagrado como horizontes morales y sociales del cuidado de sí y el despliegue de la psicología y el psicoanálisis como censores y proveedores de técnicas científicas para el cuidado individualizado de sí mismo (Foucault, 1990; Illouz, 2010, 2014a). La autoayuda es una síntesis cultural de ambos procesos.

Para Ulrich Beck la modernidad reflexiva (también definida como “tardía”) designa “una fase del desarrollo de la sociedad moderna en la que los riesgos sociales, políticos, económicos e individuales tienden cada vez más a escapar a las instituciones de control y protección de la sociedad industrial” (Beck, Giddens y Lash, 1997, p. 18). Esta exposición al riesgo implica que el pasado y sus instituciones jerárquicas (la familia extensa, la escuela, la Iglesia, el Estado asistencial) se han debilitado como fuente autorizada de sentido para que de ellas los sujetos obtengan coordenadas que sirvan para guiar su comportamiento social y para pensarse a sí mismos como individuos (Giddens, 1990). De ahí que el calificativo “reflexiva” que se utiliza para referirse a esta modernidad posterior a la sociedad industrial, ponga el acento tanto en el hecho de que los márgenes de agencia personal de los sujetos se amplíen como en la resultante intensificación de los controles y exámenes reflexivos del conocimiento y de la emotividad con los que se interpreta y actúa en una vida diaria cuyos referentes jerárquicos se han vuelto vagos y confusos.

En este sentido, el pensamiento positivo y la cultura terapéutica de la autoayuda aparecen como proveedores de mapas simbólicos de comportamiento reflexivo y emocional que apoyarían a los sujetos en la resolución de las contradicciones sociales que la modernidad reflexiva está generando al demandar el logro de objetivos individuales (como la

emancipación personal de las mujeres) y no ofrecer recursos (trabajos estables, adecuada remuneración y soportes culturales) para ello.

Por otro lado, la secularización del alma es una noción que en la actualidad goza de debate intelectual debido a que ya no es tan evidente, como lo era para Weber (1969), que se experimente un desencantamiento del mundo o “eliminación de la magia como medio de salvación” (p.148) producido por el desmantelamiento de los valores y los dogmas religiosos que tienen en el alma el orbe de su gobierno. Del mismo modo que para múltiples políticos u espectadores sociales, para el divulgador científico Richard Dawkins (2007) el supuesto regreso de la religión, en forma de telepredicadores o terroristas suicidas al grito de la *yihad*, estaría restaurando una visión mágica y además fanática del mundo. En respuesta a este tipo de posturas (que también ha hecho famoso, por ejemplo, al conductor televisivo Bill Maher), Peter Sloterdijk muestra que

una vuelta a la religión es tan poco posible como un retorno de la propia religión, por la simple razón de que no hay ninguna *religión* ni ningunas *religiones*, sino únicamente sistemas, malentendidos, de prácticas espirituales (...). Lo que realmente vuelve, y es merecedor de toda la atención intelectual, presenta más bien un ángulo antropológico que *religioso*; [esto significa que] los hombres, indiferentemente de las circunstancias étnicas, económicas y políticas que vivan, desarrollan su existencia no sólo en determinadas *condiciones materiales*, sino también en sistemas inmunológicos simbólicos y bajo velos rituales. (2012, pp. 15-16).

Aquí trazo a la autoayuda como una cultura cuyos productos para el cuidado de sí, particularmente los reproducidos en las prácticas de los agentes de la mejora personal en Facebook, actualizarían la tensión teórica entre el desencantamiento racional del mundo y las prácticas espirituales o religiosas que se llevan a cabo “bajo velos rituales”.

Una guía para explorar el papel de la tensión entre lo sacro y lo profano en las tramas de subjetivación es la distinción que hace Eva Illouz (2014^a) entre alma y psique. Esta distinción teórica sirve para cuestionar sociológicamente la *almificación* y psicologización que se ponen

en juego en las prácticas comunicativas (en tanto que estas se textualizan como declaraciones de ensalmos positivos) de los agentes de la mejora personal. Sobre las bases de que en la actualidad “ya no tenemos alma, sino psiques (2014a, p. 9), de que ambas nociones tienen su origen en la palabra griega *psykhé*, de que “alma” presupone una jerarquía moral y “psique” una historia privada cuya lógica interna sólo podría ser descubierta por el propio sujeto, la autora marroquí detecta siete diferencias:

- a) Las almas están “supeditadas a un cosmos moralmente ordenado y lo reflejan” (2014a, p. 10); las psiques son idiosincráticas e individuales de manera que esto “supone estar exento de toda responsabilidad trascendental, cósmica e, incluso, colectiva” (p. 11). La psique se dirige a sí misma.
- b) Ambas se relacionan con el cuerpo. Aunque sea su prisión, el alma precede y sucede al cuerpo; la psique tiene vínculos mucho más profundos con este: los síntomas psicósomáticos se presentan debido a aquello que es inconfesable en la propia psique y, más allá, el cuerpo se ha vuelto el lugar donde la autorrealización: “Para mejorar nuestro cuerpo debemos mejorar nuestra psique, y para mejorar nuestra psique, debemos trabajar nuestro cuerpo.” (p. 12).
- c) Las almas son eternas, las psiques tienen una historia y la narrativa de esta historia puede mejorarse.
- d) El alma busca la verdad fuera de ella misma como revelación. La psique busca su verdad internamente a través de una revisión biográfica, de la configuración de un ideal científicamente establecido y de la resolución de los proyectos vitales que se desean satisfacer.
- e) El alma concibe el cambio en sí misma como una puesta en peligro y la muerte del yo anterior por el yo nuevo –como San Agustín (1990) en sus *Confesiones*–. “Con las psiques, por el contrario, se supone que debemos usar el yo antiguo para construir uno nuevo.” (Illouz, 2014^a, p. 14).
- f) Para el alma, el sufrimiento es bien recibido pues es parte de la formación del carácter. Las psiques, por el contrario, deben erradicar el sufrimiento o al menos verlo como el signo de algo que debe ser descifrado: para una psique sana se trata de maximizar

los potenciales y sustraer del dolor la enseñanza para la constitución de un yo maduro y sano.

g) Por último, “el alma está en la tierra para cumplir la voluntad de un ser superior” (p.

16). La teleología de la psique es descubrir su propia ontología emocional:

las emociones y los intereses *reales* de una persona. La búsqueda del yo moderno ya no consiste en un viaje que nos lleva lejos de casa (...), sino más bien en un viaje interior, hacia el descubrimiento y la realización de los propios deseos y fantasías que permanecen enterrados. (pp. 16-17).

Autoayuda: Soluciones biográficas para las contradicciones del sistema

Una de las razones que explica el éxito de la autoayuda es que es una cultura útil que provee códigos sencillos y claros de comportamiento reflexivo y emocional con el fin de alcanzar la felicidad y mejorar el desempeño social en entornos que los sujetos experimentan como conflictivos o confusos. Este tipo de acercamiento teórico, que coloca el acento en cómo la autoayuda ofrece sentido a las experiencias subjetivas –Apodaka (2011) la denomina “compasiva”, (p. 1104)–, se detiene particularmente en dos aspectos que ayudan a comprender por qué se muestra y tiene lugar el pensamiento positivo en los proyectos de los agentes de la mejora personal: por un lado como una cultura literaria que proporciona códigos de comportamiento para una integración social óptima; por otro lado, ya bosquejada en algunos momentos de este documento, como una cultura terapéutica que permite a los individuos resolver paradojas estructurales.

Así, en primer lugar, aunque Papalini (2010) también compara a los libros de autoayuda con la “literatura de biografías ejemplares y vida de santos (...) que en tiempos pretéritos se ofrecían como modelos a seguir frente a las vicisitudes cotidianas”, (p. 149), Ampudia (2010) desarrolla una teoría acerca de ello. Sobre la base conceptual de que la autoayuda es un apoyo que

construye a través de preceptos, consejos y recomendaciones, programas de regulación conductual y emocional de carácter reflexivo conducentes a una hipotética mejora psíquica [y a] la integración del individuo en los estándares de actuación propios del contexto social que ocupa. (p. 14).

Y a partir de una interpretación de las teorías de Rose (1999) y Giddens (1990, 1995) alrededor del régimen terapéutico de la subjetividad moderna y de la teoría del proceso civilizatorio de Norbert Elias –como aquel proceso que empuja indefinidamente a la separación de la autoconsciencia y las pulsiones– Fernando Ampudia (2006) señala que “la literatura de autoayuda, desde la segunda mitad del siglo XX, desempeña en el proceso de civilización una función análoga a la que desempeñaron los manuales de las buenas maneras medievales, renacentistas, cortesanos o decimonónicos” (p. 51).

Esta comparación se sujeta de la idea de que tanto los códigos de regulación conductual y emocional históricos (el de la *cortesía bajomedieval*, el *moderno*, el de la *prudencia* y el *civilizado*) como el código actual imperante que encarna la literatura de autoayuda (el de la *civilización reflexiva*) no sólo codifican conductas socialmente legitimadas, sino también modelan un tipo de ser humano acorde a ellas (Ampudia, 2007, p. 177-178).

Una diferencia importante que destaca Ampudia (2010) entre los anteriores códigos históricos y el de la *civilización reflexiva* estriba en que, producto de profundos procesos de informalización e individualización, el *heterocontrol* de aquellos (que hacía del orbe social una referencia fundamental para la conducta y la emocionalidad), ha devenido *autocontrol* (las coacciones se interiorizan y *administran* a manera de vergüenza, pudor y desagrado) en el código civilizatorio reflexivo. En términos políticos el autocontrol trasunta así

una racionalidad política liberal que remite, globalmente, a una concepción del ejercicio del poder que concibe a los individuos como sujetos capaces de autogobernarse; que apuesta por una economización en tal ejercicio tratando de que la persona movilice su energía aplicándola a su autogobierno. (p. 21).

En términos prácticos, este código de comportamiento implica que cada sujeto se hace responsable de sí mismo, combate la culpa y las convencionalidades, busca la autenticidad y la autonomía, y hace un continuo examen de su comportamiento y sus afectos (Ampudia 2006, 2007, 2010); todo ello en aras de la consecución de la felicidad, entendida “como combinación de éxito personal y bienestar psíquico” (Ampudia, 2007, p. 182).

En segundo lugar, la literatura social sobre la autoayuda ha destacado, sintéticamente dicho, que su consumo y empleo es de carácter terapéutico y positivo, que sirve para el control de la ansiedad, el fortalecimiento de la autoestima y el desarrollo personal, que desalienta la búsqueda de asistencia para el diagnóstico, la prevención y la solución de problemas generados justamente por la paradoja de que existe una enorme exigencia de individuación pero no las condiciones o recursos sociales que la soporten: “la disolución de las instituciones fuertes como instancias constitutivas de la subjetividad y el vacío de sentido frente a la falta de proyectos comunes deja al individuo a la deriva, librado a sí mismo y en situación de angustia existencial”, escribe Papalini (2005, p. 8). En este sentido, la obra de Eva Illouz bien podría leerse como una exposición sobre los factores estructurales ligados al capitalismo que históricamente modelan esta paradoja (2009, 2010, 2012) y las formas culturales que adopta y promueve la autoayuda para resolverla (2007, 2009, 2010, 2012, 2014, 2014^a).

Una clave para comprender dicha posición teórica de la autora marroquí, está en *Erotismo de autoayuda* (2014), un libro que se aboca a analizar *Cincuenta sombras de Grey* bajo la óptica recién referida. Así, al esclarecer las razones del éxito popular de los *best seller* de autoayuda, particularmente de *Cincuenta sombras de Grey*, Illouz (2014) retoma la tesis con la que Robert Darnton explica que los cuentos folclóricos de la Europa premoderna funcionaban como mapas cognitivos que ayudaban a los campesinos a encontrar sentido a las duras y arbitrarias condiciones en que vivían. Del mismo modo, los *best seller* de autoayuda –y por extensión la autoayuda entendida como cultura– codifican condiciones problemáticas y contradicciones sistémicas que producen un sentimiento de desorientación subjetiva pero que, a diferencia de los productos de la “alta cultura”, ofrecen una solución que

dice claramente y sin ambigüedades: *así es como deben hacerse las cosas* (...). Antes los individuos acostumbraban modelar su comportamiento según las prescripciones inscritas en una sociedad, pero ahora lo hacen desde el centro de su mentalidad, por así decirlo, a través de actos conscientes afirmando explícitamente metas. (2014, pp. 38-39).

De este modo, entre otros efectos pragmáticos, la autoayuda articula la fantasía en la vida cotidiana (2014), establece “arquitecturas de elección” con las que los sujetos evalúan sus emociones y conocimientos para la toma de decisiones (2012), permite narrativizar la biografía personal a través de las propias enfermedades de modo que estas parezcan manipulables (2010), capitaliza la competencia emocional en el mundo laboral (2012, 2007) o permite objetivar y racionalizar –a través de un modelo terapéutico y administrativo de comunicación– la naturaleza volátil de la personalidad (2007).

Autoayuda: Dispositivo de normalización de la precariedad neoliberal

Allende el empleo subjetivo o pragmático de los productos para el cuidado de sí que se elaboran sobre el tenor positivo de la autoayuda, la crítica a la dimensión estructural que le da forma y sentido teleológico a esta cultura, es el carácter principal que se detecta en los estudios sociales. Abreviando el sentido crítico de estos estudios, y entendiendo que dispositivo es “todo aquello que tiene, de una manera u otra, la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivos” (Agamben, 2011, p. 257) considero a la autoayuda como uno que, valiéndose de la episteme positiva, normaliza los efectos precarizantes vinculados con el capitalismo tardío, posindustrial o neoliberal que han tenido lugar a partir de la aplicación de sus políticas económicas.

En relación con el capitalismo neoliberal, la autoayuda ha sido calificada como “una narrativa de control social” (Coll, 2006), como una “entidad que configura la moral del siglo XX, para un individuo cada vez más simplista y egoísta” (Lombana, 2009, p. 262), como una

tecnología discursiva que contribuye a la programación de “ciudadanos que son psicológicamente saludables en la medida de que ‘saludable’ significa que son gobernables, previsibles, calculables, clasificables, auto-conscientes, responsables, auto-regulados y auto-determinados.” (Rimkie, 2000, p. 63) o como la propuesta de una ética utilitarista que convierte al orbe social en un impedimento para el éxito del individuo pues construye el imaginario de que “el peligro más grande, aquel que puede alejarlo más de su propia naturaleza, se materializa en el otro” (Souroujon, 2009, p. 62). Bruno y Luchtenberg (2006), Apodaka (2011) y Papalini (2005, 2006, 2013) por otro lado, señalan que son textos donde se modela una subjetividad empujada e instruida para el cambio constante, recurso que es necesario para hacer frente a la precarización social. Desde el marco teórico foucaultiano sobre el poder, Rose (1999, 2012) traza a la autoayuda como un sistema de pensamiento y una práctica discursiva a través de la que el Estado neoliberal gestiona el rendimiento cognitivo mediante la conciencia y la elección libres de los individuos. O el ya referido Han (2014^a), responsabiliza al neoliberalismo y a su maquinaria psicopolítica del imperativo de optimización positiva que convierte al trabajador en un empresario de sí mismo que se auto-explota:

Todo se hace comparable y mensurable, y se somete a la lógica de mercado. En ningún caso el cuidado de la vida buena impulsa a la optimización personal. Su necesidad es sólo el resultado de coacciones sistémicas, de la lógica del cuantificable éxito mercantil. (p. 48).

Por otro lado, cuando aquí señalo que el dispositivo de la autoayuda “normaliza los efectos precarizantes” quiero decir que los sujetos experimentan la contingencia existencial y social como una condición propia y habitual. En este tenor, “precariedad” es una manera de englobar semánticamente tres dimensiones que distingue Lorey (2006, 2010, 2014): a) Como condición de la existencia: no es autónoma, siempre es relacional y, por ende, se comparte con otras existencias precarias; b) Como el enrejillado simbólico y distributivo de la condición precaria a partir de procesos culturales de alterificación que derivan en relaciones de dominación naturalizadas; c) Como precarización gubernamental, es decir como una estrategia de gobierno que sucede cuando la dominación en las sociedades neoliberales ya no

se legitima a través de la administración de la seguridad sino de la inseguridad, de tal modo que se obliga a una gestión individualizada e internalizada de los riesgos.

Ahora bien, atraída esta serie de supuestos al entorno histórico y social que modela el mundo conceptual de los agentes de la mejora personal cuyos mensajes son considerados en la investigación, es pertinente considerar el papel desempeñado por la autoayuda en la forma en que los sujetos experimentan y asumen los efectos precarizantes que las políticas económicas neoliberales han tenido en México.

Privatizar las empresas estatales, disciplinar el régimen fiscal, eliminar subsidios, desregular las entidades financieras y liberar las barreras comerciales (Williamson, 1989) son los patrones que dibujan la política neoliberal empujada por el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial como medidas para modelar las economías de los países en vías de desarrollo; México entre ellos.

El consecuente repliegue del Estado Mexicano como garante de las seguridades sociales acompañado de estrategias de mercantilización de las reservas públicas (Ordóñez, 2009; Valencia, Foust y Tetreault, 2012), su polarización en la distribución de la riqueza (Tello, 2010), su fragmentación y jerarquización de la cobertura de riesgos sociales (Barba, 2014) son efectos de una precarización sistemática que se comprendería, ya no como una consecuencia negativa, sino como una forma de gobierno donde la cultura de la autoayuda y su episteme positiva se han arraigado, coincidentemente desde mediados de la década de los ochenta, con las necesidades discursivas que, según Ordóñez, requería la política laboral de productividad, eficiencia y méritos personales para las reformas estructurales que tuvieron lugar en el país entre, justo, las décadas de los ochenta y de los noventa (2009), reformas que se ha reavivado con las promovidas durante el gobierno de Enrique Peña Nieto.

En este sentido, es sintomático que los datos ofrezcan un panorama en el que coinciden las reformas neoliberales con el arraigo de la autoayuda como cultura para el cuidado de sí en México. A manera de dato anecdótico, Alex Dey –reconocido promotor del pensamiento positivo y la cultura de la autoayuda en México que además ha sido reconocido como doctor *honoris causa* por el Instituto Americano Cultural– en entrevista radiofónica con Adriana

Corona, conductora de *Simplemente Adriana*, señaló que todavía en 1987 “los empresarios mexicanos no sabían lo que era esto, la motivación”; afirmación que recalca el carácter de pionero en la expansión del mensaje motivacional de la autoayuda que manifiesta en su página web (<http://alexdey.com.mx/>).

Asimismo, la *Encuesta Nacional de Lectura* (CONACULTA, 2006) señala que el 43.6% de la población en México no leía libros, pero que el 19.7 % que sí leía, lo hacía de libros de superación personal o autoayuda, entre los que el libro favorito –sólo por debajo de la Biblia– era *Juventud en éxtasis*, cuyo autor, Carlos Cuauhtémoc Sánchez, era también el autor favorito –por arriba de Gabriel García Márquez y Miguel de Cervantes. Por su parte, la más reciente *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales, Jalisco* (CONACULTA, 2010) además de reportar que el 74.06% de los jaliscienses no leyeron al menos un libro completo en el año anterior que no esté relacionado con la escuela o su profesión, recoge el dato de que el género favorito es el de “Superación personal” (20.72%), cinco puntos porcentuales arriba de “Historia”.

En el mismo sentido, es revelador que después de su publicación en 1993, *Juventud en éxtasis* figurara en programas de estudio de bachillerato; que Salvador Alva, autor de *Tu vida, tu mejor negocio*, sea Presidente del Consejo del Sistema Tecnológico de Monterrey, sistema que ha abierto el Instituto de Ciencias de la Felicidad en la Universidad Tecmilenio y cuyo eslogan es “Psicología positiva para tu bienestar” (Visto en <http://cienciasdelafelicidad.mx/>); o que Josefina Vázquez Mota –ex candidata a la presidencia de México– sea ahora una reconocida conferencista en temas relativos al liderazgo además de escritora de *Dios mío hazme viuda*.

En conclusión, la circunstancia que hace coincidir el comienzo del auge de la autoayuda y la instalación de la ortodoxia neoliberal en México a mediados de los ochenta del siglo pasado, es un signo del origen histórico de una suerte de constructo psicopolítico tendiente a normalizar desde la propia voluntad de los sujetos la exposición al riesgo y la incertidumbre que implica no sólo el repliegue de las políticas sociales a las necesidades particulares del mercado (Aziz, 2009; Tello, 2010; Ordóñez, 2009), sino también la legitimación reflexiva de

la desafiliación, la auto-determinación y la vulnerabilidad como valores ligados a la experiencia de lo social y de sí mismos que promueve la autoayuda y el pensamiento positivo.

2.4. Facebook: Ecosistema enjambre

Las innovaciones de la tecnología mediática generadas durante las últimas décadas han reconfigurado las maneras en que las personas experimentan su vida cotidiana y sus vínculos con los demás. Ante este fenómeno, las ciencias sociales han desarrollado un amplio cuerpo de objetos de estudio que examinan la forma en que los medios participan en la organización de lo social y su papel en la constitución y reproducción de mecanismos simbólicos que regulan, habilitan y disponen a los individuos para desarrollar formas particulares de relacionarse socialmente y consigo mismos.

Durante la última década una tecnología paradigmática de la discusión sobre el papel de los medios en las formas de constitución de lo social y de las subjetividades es la Internet. Lejos de considerarse sólo una herramienta transparente que soporta y enruta redes de comunicación entre computadoras en el ciberespacio, ha sido señalada como un vehículo tecno-simbólico que condiciona el desarrollo de las prácticas sociales, de las actitudes y de los valores (Lévy, 2007). “Que la técnica condiciona –dice el propio Lévy (2007, p. 10)– significa que abre ciertas posibilidades, que ciertas opciones culturales o sociales no se podrían considerar en serio sin su presencia (...) pero no todas serán escogidas”. Debido a que este mecanismo tecnológico posibilita prácticas culturales, la experiencia *online* no se agota en el empleo de los recursos tecnológicos y de comunicación que ofrecen los diferentes dispositivos, aplicaciones o sitios web, pues también supone la puesta en práctica de un conjunto de tramas de subjetivación que hacen visibles y operativas formas emocionales y reflexivas con las que los individuos nos experimentamos a nosotros mismos y le damos sentido a la vida cotidiana.

Facebook justo es un espacio privilegiado que reúne aspectos idóneos para el estudio de las formas de subjetivación soportadas simbólica y tecnológicamente por internet. Enseguida se describen, primero, las especificidades comunicativas a las que da lugar y el papel que adquiere la red social –según estudios vinculados con el objeto de estudio de este trabajo– en los procesos de subjetivación. Después, se presenta una caracterización teórica de Facebook como un ecosistema de comunicación que reproduce la fenomenología del enjambre con el

que Byung-Chul Han (2014b) corrige y precisa la noción de “masas” en referencia a la comunicación digital.

2.4.1. Facebook: Subjetividades hipermediadas

En el amplio espectro de formas de socialización que posibilita Internet, la red social Facebook representa un caso relevante para estudiar emergencia de formas de subjetivación asociadas a las tecnologías de comunicación *online* debido al volumen de su consumo; al conjunto de recursos de comunicación hipermedial que ofrece; y, en ese sentido, al abanico de mecanismos simbólicos que se reproducen masivamente y que diversifican las formas en que los usuarios se experimentan a sí mismos y a los otros.

La notoriedad sociocultural de Facebook se dimensiona al observar su cobertura y empleo en el mundo y en México. El 20 de octubre de 2017, la página *Internet Live Stats* (<http://www.internetlivestats.com/>) señalaba que había más de 3.7 millones de usuarios de internet y más de 1.6 millones de usuarios activos de Facebook en el mundo. A nivel nacional, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), la cifra absoluta de usuarios de internet en el país a finales de 2016 fue de 70 millones que, en promedio, pasaron 52% del día al día conectados; el 38% de este tiempo están conectados a una red social; entre el universo de usuarios en México, sólo el 1% no se encuentra inscrito a ninguna red social, y Facebook es la principal de ellas con el 95%. Es decir, hay al menos 65 millones de usuarios de esta red en México (AMIPCI, 2017).

En tanto medio de comunicación hipermedial, la red social crea mecanismos digitales, reticulares, hipertextuales, multimediados, interactivos y de selección semántica que activan diferentes estrategias de comunicación que la plataforma ofrece. Así, la participación de texto, de enlaces, de fotografías, de emoticonos, de “Me gusta”, de “Reacciones”; la generación de grupos, de páginas personales o institucionales; mensajería personalizada y grupal, llamadas telefónicas o videollamadas son algunas de las posibilidades comunicativas que los usuarios pueden emplear para visibilizarse e interactuar con los “amigos” que están

dentro de su red social o, incluso, con cualquier usuario de Facebook. Todo ello, dentro de entornos visuales parcialmente personalizados, dado que la interfaz conjunta elementos estructurales como el diseño general de la página, con la visualización de publicidad integrada a la actividad social de la red; ambas –la publicidad y la actividad de los “amigos”– atraídas a la pantalla de acuerdo con criterios algorítmicos y semánticos que Facebook interpreta con los datos que arroja la huella digital que el usuario imprime en su actividad cotidiana en la Internet y en la propia red social. Uso de datos que el usuario consiente al aceptar los “Términos de uso” al momento en que se inscribe en esta red social.

Para diferentes analistas, los anteriores mecanismos de comunicación hacen de Facebook un objeto de estudio sociológico puesto que implican regulaciones simbólicas en distintas dimensiones de los procesos de subjetivación e individuación de los usuarios. Respecto de indagaciones que están relacionadas con la reflexión acerca de la conformación de tramas de subjetivación positiva que cobran forma en la articulación de Facebook y la cultura de la autoayuda, se ha señalado que la práctica textual de la red social remite más a una comunicación para relacionarse que a una comunicación para transmitir información, lo que implica que la lengua escrita adopte formas pragmáticas más allá de la corrección gramatical (Berlanga y Martínez, 2010); que la construcción de un perfil público condiciona a los usuarios, tanto a una continua comprensión de las propias acciones y de la forma de presentarse ante los demás en un ejercicio de autorreferencialidad y consciencia cognitiva teñida por lo afectivo (Di Próspero, 2011), como a una tendencia a la baja autoestima y el narcisismo (Tarazona, 2013), mismo que favorece el desarrollo de sistemas de resistencia individual en la era post-ideológica (Guzmán, 2014); que el diseño y práctica de Facebook representan un espacio de confianza y familiaridad que fusiona en la pantalla a los “amigos” con los poderes económicos y políticos que ahí se publicitan (Rivera, Arango y Zamudio, 2013); o que encarna el *poder inteligente* del neoliberalismo que no domina mediante la coerción, sino a través de la elección individual libre (Han, 2014^a), del mismo modo que perfila el cambio del *homo electronicus* como hombre de masas que está unido a los demás a través de la reducción de la identidad psíquica privada (noción de McLuhan) al *homo digitalis* que guarda y reproduce digitalmente su identidad psíquica privada en un *enjambre* que individualiza y aísla a sus habitantes (Han, 2014b).

Las singularidades técnicas y simbólicas que configura Facebook respecto de las formas de socialización, y en ese sentido, respecto de las formas de subjetivación, condicionan a su vez el tipo de contenido expresado por los usuarios. Estudios sobre el amor (Sayar y Senkal, 2014; Orosz, et. al., 2015), los deportes (Miranda, et. al., 2014), la música (Reguillo, 2012), el discurso del racismo (Rauch y Schanz, 2013) o el discurso político (Sveningsson, 2014; Rivera, Arango y Zamudio, 2013; Espino-Sánchez, 2014), son ejemplos de la atención teórica que se ha prestado a su potencia en el establecimiento de condiciones emergentes para la práctica comunicativa desde la perspectiva de determinados contenidos o discursos culturales incorporados en las diversas expresiones comunicativas de los sujetos. En este trabajo de investigación se explora específicamente a esta red social como un medio que regula tecnológica y simbólicamente las prácticas comunicativas semantizadas por el pensamiento positivo.

Si bien el volumen de consumo y empleo subjetivo de Facebook como instrumento de socialización es el más importante respecto de los medios de comunicación *online* en México, es necesario construir un enfoque básico que pueda no sólo hacer visibles los aspectos centrales de la problematización, sino también proponer líneas teóricas que tomen una postura respecto del papel de la red social en los procesos de subjetivación positiva.

2.4.2. Ecosistema enjambre

Aquí se piensa a *Facebook como un ecosistema de autocomunicación del enjambre*. Esto indica que Facebook es considerado un sistema tecno-simbólico hiperconectado intra y extrínsecamente, relativamente inestable, permeable ante otros ecosistemas políticos, económicos y culturales, que filtra y organiza relaciones sociales y subjetividades con perspectiva de mercado; además, recupera las características hipermediales del “Entorno de autocomunicación de masas” (Castells, 2009), pero no así las características culturales y revolucionarias asociadas con el término *masa*; por el contrario, incorpora la imagen del individuo aislado en un entorno multitudinario que connota el término “enjambre” (Han, 2014b). Enseguida se describe este conjunto de nociones.

La literatura que se revisó para la elaboración de esta investigación no considera establecer una caracterización sociológica particular a Facebook y mantiene una que hace referencia a su funcionalidad o su estatus tecnológico (es una “red social”, “plataforma de comunicación”, “web de redes sociales”, etc.). Considero que dicho enfoque desalienta tomar una postura teórica respecto del lugar que tiene Facebook en los procesos de subjetivación que habilita debido a que parecería conceder cierto tipo de transparencia mediática, moral o empresarial que no necesariamente posee. Es decir, subsumir el sentido sociológico o moral de Facebook a su función como herramienta de comunicación –de modo que los procesos de subjetivación que activa sean un *añadido* a su función instrumental– se puede perder de vista que los procesos de subjetivación están regulados por patrones discursivos socio-simbólicos que dan cuenta de las tensiones y reconfiguraciones de los poderes económicos, políticos y culturales que incorpora el medio.

Para orientar la interpretación del papel de Facebook en la conformación de tramas de subjetivación positiva se asume en principio que no es ni un espacio (*res extensio*) virtual *a priori* independiente sobre el que se socializa y ponen en juego interacciones sociales *virtuales* ni un producto de los procesos sociales o cognitivos (*res cogitans*) de los distintos actores involucrados. Un punto medio entre la realidad dada (*res extensio*) y la realidad creada (*res cogitans*) se encuentra en el término “ecosistema” que, basado particularmente en los principios de la teoría general de *Esferas* de Peter Sloterdijk (2003, 2004, 2009), apunta a pensar la organización social como el producto inacabado de tensiones intrínsecas y extrínsecas a una comunidad; tensiones que configuran al espacio social como una interioridad cultural que subjetiva a los individuos en sus prácticas, pero que los sujetos también estarían habilitados para reconfigurar desde sus propios lugares de acción.

Sobre este presupuesto genérico de la espacialidad de Facebook se considera que constituye un ejemplo tecnológico del cambio paradigmático del entorno de “Comunicación de masas” (o comunicación de uno a muchos) al de la “Autocomunicación de masas” (o comunicación de muchos a muchos) que considera Castells (2009) pero, como antes se dijo, no con las características culturales y políticas que el autor español supone en esta revolución digital. Al respecto dice:

Lo que yo propongo e intentaré demostrar, es que cuanto más autonomía proporcionen las tecnologías de comunicación a los usuarios, más oportunidades habrá de que los nuevos valores e intereses entren en el campo de la comunicación socializada y lleguen a la mente colectiva. Así pues, el auge de la autocomunicación de masas, como llamo a las nuevas formas de comunicación en red, aumenta las oportunidades de cambio social. Las personas, es decir, nosotros, somos ángeles y demonios al mismo tiempo y nuestra mayor capacidad para actuar en sociedad proyectará simplemente lo que realmente somos en cada contexto espacio temporal. (2009, pp. 29-30).

Problematizar y explorar tramas de subjetivación positiva de agentes de la mejora personal en Facebook a partir del principio de “mente colectiva” o masa –sumado a lo que Constante (2013), Morozov (2011, 2015) o Rendueles (2014) observan como un ingenuo imaginario de asumir que estamos ante un fenómeno radicalmente nuevo en las maneras de establecer relaciones de poder y de convivencia más libres– no es pertinente porque justamente lo colectivo y lo social son vistos con suspicacia en la literatura de autoayuda (Rimkie, 2000; Souroujon, 2009). En este tipo de literatura, más que poner en marcha una mente colectiva para el cambio social, se activan procesos de individuación que desalientan la colectivización de los problemas sociales y, antes, la definición de qué es un problema social (Morozov, 2015). Más acertada se considera la descripción de la red digital desde lo que Byung-Chul Han (2014b) refiere como “enjambre digital”:

El enjambre digital no es ninguna masa porque no es inherente a ninguna *alma*, a ningún *espíritu*. El alma es congregadora y unificante. El enjambre digital consta de individuos aislados. La masa está estructurada por completa de manera distinta. Muestra propiedades que no pueden deducirse a partir del individuo. En ella los individuos particulares se funden en una nueva unidad, en la que ya no tienen *perfil propio*. Una concentración casual de hombres no forma ninguna masa (...). Al enjambre digital le falta un alma o espíritu de la masa. Los individuos que se unen en un enjambre digital no desarrollan ningún *nosotros*. (pp. 26-27).

En efecto, uno de los supuestos en el que coinciden los estudios de la cultura terapéutica de la autoayuda es el de desaconsejar la búsqueda de apoyo en el otro. La propia palabra “autoayuda” lo recuerda. De este modo, aunque instalado en una comunidad virtual que subjetiva a los individuos, desde la imagen de Han, estos aparecen *encapsulados* en un entorno que, sin embargo, los provee de autonomía, está abierto al exterior y genera experiencias sociales reales que alteran efectivamente el modo en que los sujetos experimentan lo social y a sí mismos (Lévy, 2007; Turkle, 1995; Hine, 2000; Del Fresno, 2011; Winocur, 2009, Constante, 2014).

En este sentido, *hipermediaciones* es un término que utilizo para explicar la forma en que Facebook, en tanto ecosistema enjambre, hace visibles tensiones políticas, económicas o culturales que participan en la configuración de tramas de subjetivación positiva.

En el proceso de definición del término, Carlos Scolari (2008) primero señala las cinco características que distinguen a la comunicación soportada por la Red, en comparación con la comunicación “tradicional” masiva: es digital (se transforma tecnológicamente), reticular (está configurada para una comunicación “muchos a muchos”), hipertextual (tiene estructuras textuales no secuenciales), multimediada (convergen y se reconfiguran medios y lenguajes tradicionales) e interactiva (permite la participación activa de los usuarios). Así, el autor refiere a las *hipermediaciones* como:

Procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí, (de modo que) si el estudio de las mediaciones proponía analizar las articulaciones entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales, las investigaciones de las hipermediaciones deberían salir de la pantalla para analizar las transformaciones sociales que el desarrollo de nuevas formas de comunicación está generando. (pp. 113-116).

Como ecosistema relacional de hipermediaciones, la red social deviene un espacio politizado donde el entorno visual y las prácticas de comunicación de los sujetos podrían cifrarse como

elementos significativos de las tensiones e intencionalidades que articulan a los distintos actores en distintos procesos. El diseño de la página, las dimensiones de socialización que permite en sus diferentes interfaces, la adecuación semántica y algorítmica de la publicidad y de la actividad de los integrantes de la red de amigos o la estandarización de procedimientos lingüísticos de parte de los sujetos, son síntomas que dan cuenta de estructuraciones simbólicas de fuerzas (y resistencias) de índole económica, política o cultural que procuran su reproducción o instalación *online* (Fuchs, 2014; Toret, 2013; Rivera, Arango y Zamudio, 2013; Hernández, 2012, Berlanga y Martínez, 2010); entre ellas, las tensiones político - económicas del neoliberalismo que, se ha visto, están culturalmente cifradas con la autoayuda.

Una pista por la que Facebook representaría la “intensificación tecnomediática (que) atraviesa, articula y condiciona la actual fase del capitalismo” (De Moraes, 2007, p. 22) es precisamente porque, a través de la lógica impuesta por la pantalla, establece una relación simbiótica entre los poderes económicos y políticos ligados al consumo con los elementos de cercanía, confianza e inclusión –los contactos, los amigos, las conversaciones privadas (Rivera, Arango y Zamudio, 2013). Es decir, porque tiende a fusionar en las prácticas comunicativas al consumo y al proceso de individualización, fusión que se vincula teóricamente con el neoliberalismo (Lorey, 2006, 2010, 2014; Lipovetsky, 2006, 2007, 2009; Illouz, 2010; Han, 2014a).

Asimismo, esta perspectiva teórica se justifica porque, así como la cultura de la autoayuda es vinculada en diferentes estudios con la programación de un comportamiento individualista, resiliente y emancipado que favorecen la ética de consumo del neoliberalismo (Papalini, 2010, 2013; Illouz, 2010; Rimkie, 2000; Souroujon, 2009), la red social ha sido examinada como una operadora de mapas cognitivos que, a mi parecer, son compatibles con los imaginarios de libertad, flexibilidad e individualidad, también asociados al neoliberalismo: Facebook visibiliza la flexibilización del carácter, la facilidad de modificar las identidades y las formas de subjetivación (Reguillo, 2012; Di Próspero, 2011; Ábrego, 2013; Hernández, 2012; Aguilar y Said, 2010) y –en un contexto cultural donde las certidumbres del entorno están en proceso de agotamiento y se genera vulnerabilidad y

riesgo— representa una elección personal (Ábrego, 2103), un espacio de confianza (Rivera, Arango y Zamudio, 2013) y un instrumento para controlar la incertidumbre y evitar la fragmentación biográfica o falta de un soporte de sentido en el relato de la vida propia (Winocur, 2009).

Revisadas claves hermenéuticas del pensamiento positivo, claves socioculturales de la autoayuda y claves del carácter tecno-simbólico de Facebook, en el siguiente capítulo describo las decisiones metodológicas que conducen a establecer las bases para construir el objeto de estudio y, en consecuencia, las respuestas a la pregunta de investigación.

Capítulo 3

Escenarios metodológicos

En este capítulo se describen y fundamentan las decisiones metodológicas que modelan los escenarios desde donde se responde la pregunta de investigación (“¿Qué tramas de subjetivación positiva se manifiestan en el nivel enunciativo de prácticas comunicativas de agentes de la mejora personal mediadas por Facebook y cómo se interpreta este plexo de tramas a la luz de una comprensión multidisciplinar del pensamiento positivo?”) y se desarrolla en tres apartados. En el primero se refieren los presupuestos generales del diseño metodológico y etnográfico que establecen los criterios para la construcción y organización del objeto de estudio. En la segunda, se describe el proceso etnográfico virtual empleado para la conformación del *corpus* de prácticas de comunicación textual utilizado como material primario para detectar tramas de subjetivación; se describen también las entrevistas conceptuales, la recuperación heurística de productos culturales y a los cuadernos de notas como insumos que sirven para ofrecer perspectiva y validar las iteraciones discursivas visibilizadas en el *corpus* de prácticas recuperadas de Facebook. Por último, se explican los recursos teórico-semánticos para discernir patrones semánticos en estos textos y hacer visibles las tramas de subjetivación y, en ello, construir parte de los procesos de subjetivación de los agentes de la mejora personal.

Así, el siguiente apartado es una introducción al diseño metodológico a partir de los aspectos investigativos derivados de la decisión de conducir la investigación desde el paradigma cualitativo y el marco procedimental etnográfico que empleo primordialmente para recuperar el conjunto de textos que son la base empírica de la investigación y para dar forma al grupo de estrategias que contrastan su discernimiento semántico. A partir de los supuestos del paradigma constructivista de la investigación social, en un primer momento señalo los efectos de la reflexividad en la manera de proponer esta exploración. Después se reconocen aspectos teóricos y operativos de la etnografía virtual de Hine (2000) como una plataforma

metodológica pertinente para el abordaje y la construcción del objeto de estudio que aquí se traza.

3.1. Diseño metodológico: Presupuestos de la perspectiva cualitativa y la etnografía virtual

Más allá de las tecnologías empleadas para recuperar las tres prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal que dan forma al *corpus* de textos e inferir en ellas una serie de recurrencias semánticas significativas, el recorrido teórico y metodológico para la conformación de la pregunta de investigación ha tenido condiciones ontológicas, epistémicas y axiológicas orientadas por el razonamiento constructivista que cifra a la investigación cualitativa y sus necesarios ejercicios de reflexividad (Creswell, 1998; Sautu, et. al., 2005; Kouritzin, Piquemal y Norman, 2009). Siguiendo el modelo sugerido por Sautu (2005, pp. 39-40) para clarificar las características ontológicas, epistemológicas y axiológicas de la investigación cualitativa, enseguida se exponen una serie de precisiones que derivan de este tipo de posicionamiento y que apuntan al perfil etnográfico del diseño metodológico.

A nivel ontológico, esta investigación propone la interpretación de un fenómeno múltiple e irregular que es construido subjetivamente en prácticas comunicativas textuales. Este presupuesto significa que la lógica positiva para el cuidado de sí, que se infiere en las prácticas comunicativas mediadas por Facebook, trasciende a los individuos debido a que está implícito en el repertorio de discursos sociales disponibles pero que se sitúa y actualiza en las prácticas de comunicación como tramas de subjetivación; el pensamiento positivo pre-existe discursivamente y se normaliza como parte del sentido común en películas, libros, planes de estudio, terapias de diferente tipo y toda una serie de productos de la cultura popular que lo naturalizan: la práctica comunicativa textual en Facebook, lugar donde los discursos sociales se apropian subjetivamente como tramas, es una parte representativa de ese fenómeno social complejo. También significa, por otro lado, que la múltiple construcción de la realidad es una coproducción entre los discursos sociales disponibles y el individuo que se inscribe subjetivamente en el espacio social a partir de sus prácticas comunicativas. Este

particular aspecto de la investigación hace que se distinga, por ejemplo, de los estudios sobre la cultura de autoayuda que parten de una lectura inmanente de sus textos u objetos culturales, asumiendo un alto grado de reificación de los sujetos e ignorando las prácticas inherentes.

A nivel epistemológico, el enfoque cualitativo ha implicado que me asuma como parte del objeto y del contexto que estudio. Esto repercute al menos en dos sentidos. Uno –si bien es esperable que los temas tratados por los agentes de la mejora personal no sean exclusivos de mi red social–, que soy el elemento común que adhiere los rasgos de esta subjetividad con personas a las que conozco y de las que, para bien o para mal, me había hecho preconcepciones acerca de sus formas de ser como individuos; estas preconcepciones jugaron un papel importante en la decisión de elegir la triangulación, a partir de entrevistas, recuperación heurística de diferentes productos culturales y la revisión de mis cuadernos de notas, como mecanismos de confiabilidad y validez interna. Dos, que la construcción del objeto de estudio, aun siendo producto de recortes y recursos fenoménicos y teóricos constituidos en una tradición investigativa, ha sido organizado y visibilizado como una expresión no sólo de mi historia académica sino también de mi manera de comprender y experimentar el mundo. Con esto quiero decir que la lectura social del pensamiento positivo que propongo muestra indicios de mi formación académica como comunicólogo, como investigador de poética, como aficionado de la filosofía, como estudiante de sociología y como hijo de una madre que padeció su enfermedad terminal sintiéndose culpable.

A nivel axiológico: motivado por mi formación académica inclinada al texto más que a los sujetos, por la antipatía personal hacia los efectos del pensamiento positivo –que ha quedado testimoniada a través de la anécdota personal de la introducción del documento y por el espíritu crítico de la mayor parte de los estudios de la autoayuda que estudian lo que el discurso terapéutico hace del sujeto–, en su origen esta tesis estaba abocada a reconocer en los textos exclusivamente los mecanismos ideológicos de dominación que operan en el discurso de la autoayuda y que se representan plenamente en los mensajes de los sujetos; vaya, como si los textos no fueran en sí mismos una práctica comunicativa y, más bien, fueran escritos por el éter ideológico. Con ello daba por sentado que la programación positiva del discurso de la autoayuda, en connivencia con Facebook, genera representaciones erróneas de

la realidad y que –más que regulados o intervenidos– los individuos están constreñidos, condicionados o sujetos por esta falsa conciencia. En correspondencia con dichos presupuestos teóricos, la forma conducente de generar datos en ese momento era exclusivamente la recopilación de pantallas que evidenciaran el discurso de la autoayuda y su decodificación ideológica.

No obstante, durante el proceso de la investigación (lectura crítica de la literatura sobre la autoayuda y Facebook, exploración ampliada del campo, incorporación de una perspectiva filosófica y hermenéutica, conversaciones con mi directora y comité de tesis) y el examen sobre mis propias maneras de cuidarme a mí mismo y de buscarme la felicidad, advertí que mi auto-asumida inmunización de pensamiento positivo era una ilusión. En muchos sentidos la narrativa de mi propia vida estaría escrita en una afectada tonalidad épica, propia de un *self-made man*, donde privaría la voz de la resiliencia y de alguien que busca conscientemente hacer de sí mismo su propia obra de arte: atributos discursivos de tramas de subjetivación positiva analizadas en este trabajo. Esto es indicio de que, como una buena parte del mundo en occidente –parafraseando a Papalini (2013)–, es sumamente difícil ser indemne al pensamiento positivo puesto que es la cultura axiológica predominante y es natural que busquemos la felicidad, aprendamos a resolver problemas y hagamos nuestra vida tal como nuestra cultura nos enseña.

En *Intimidades congeladas*, tras una demoledora descripción de cómo las emociones, los cuerpos y las formas de ser de los usuarios del sitio de citas *match.com* son reificados, fetichizados y mercantilizados por el sistema, “como si los diseñadores de los sitios *web* de citas hubieran leído y aplicado al pie de la letra el diagnóstico de fatalidad y desaliento de teóricos críticos como Adorno o Horkheimer” (2007, p. 193), Eva Illouz reprende su propia “crítica pura” con base en tres desventajas: la crítica pura subsume la cultura a la esfera política de modo que la cultura forzosamente emancipa o reprime; suele exigir un punto de vista total y, en la medida de que se reduzca lo cultural a lo político, “con frecuencia (se) condena a la crítica a una distancia olímpica, lo que es cada vez más insostenible en una era en la que impera la democracia cultural” (p. 198).

Así, sobre la base de mis propias observaciones y de los motivos teóricos para desconfiar de la “crítica pura” que se asumía en la idea de que el pensamiento positivo y Facebook son dispositivos para la reproducción de una falsa conciencia, la reflexividad comenzó a emplearse como un recurso epistémico y axiológico que permitió reconocer cómo una serie de prejuicios bien localizados orientaban no sólo la interpretación del objeto, sino la naturaleza del mismo. Dicho de otro modo, la vigilancia epistémica y axiológica reestructuró la investigación en tres sentidos que me permito relatar con el afán de exponer por qué el diseño metodológico que propongo ofrece herramientas que conducen a la resolución de la pregunta de investigación.

Primero, aunque fenoménicamente el objeto de investigación continúe manifestándose en los textos, considerados como el vehículo concreto que codifica al pensamiento positivo a manera de patrones discursivos, estos textos no son estudiados y recuperados como marcas discursivas de dominación sino como prácticas de comunicación subjetivas que se comprenden como la expresión discursiva de tramas de subjetivación en donde se concretan tanto las ideas, valores o creencias, como la acción estratégica de los agentes de la mejora personal que emplean la lógica terapéutica del pensamiento positivo para socializar y para proyectarse a sí mismos. Siguiendo a Giddens (1995), se considera que las prácticas comunicativas son una práctica social puesto que conjugan el determinismo instituyente de las tramas de subjetivación (“estructuras” en el autor inglés) y la iniciativa u operaciones estratégicas de los sujetos (“acción” en el mismo autor). En la producción de sus prácticas, los sujetos integran así los patrones de subjetivación como “reglas y recursos” (Giddens, 1995) o, siguiendo a Eagleton (2005), como medios para establecer relaciones afectivas e inconscientes con el mundo.

Un importante efecto de pensar a los sujetos desde la práctica comunicativa entendida como una acción que podría tener aspectos estratégicos, ha sido desplazar nociones como “sujeto en optimización”, “sujeto en estado liminal” o “sujeto en transformación” (que, a pesar de ser teóricamente atractivas, resultaban sobre-teorizadas y desacertadas al ser cotejadas o enfrentadas con la reflexividad de los sujetos expresada en las entrevistas) por “agentes de la mejora personal”, término que resulta más transparente y moviliza al sujeto como alguien

que se auto-construye y “muestra” antes que como alguien construido y sujetado por un discurso social que lo reifica. El sujeto, entonces, se significa, por su capacidad para movilizar recursos en aras de producir o reproducir consejos positivos para la mejora personal.

Segundo, cuestionar el pensamiento y los valores con los que pienso ha repercutido también en la conformación y reacomodo de los encuadres teóricos. Como se verá en el siguiente capítulo, el constructo filosófico “negatividad” ha permitido teorizar al pensamiento positivo allende la autoayuda y el optimismo; asimismo, a través del principio hermenéutico “proyectar”, se intenta dar cuenta de una forma de interiorización performativa del hecho subjetivo de ser visto por los otros y de verse y constituirse a sí mismo en una continuidad histórica del ser, del yo. Este encuadre teórico permite que el trabajo indague en las prácticas comunicativas textuales como productos de una tensión, de una *trama*, entre modelos de significación que tienden a la objetivación y estrategias que tienden a la individuación, y que no se convierta, pues, en una enumeración de las formas en que los individuos son sujetos o despersonalizados.

Por último, a nivel metodológico, la vigilancia epistémica y axiológica ha modificado la tarea de “recopilar” y “decodificar” por la de “recuperar”²¹ e “interpretar” las imágenes capturadas de las pantallas (que son el principal material analítico del trabajo). Este deslizamiento produjo cuatro consecuencias.

Primero, reconocer que el sistema epistémico positivo no es una realidad dada y constitutiva de las imágenes capturadas como huella de las prácticas subjetivas; que, de hecho, es una construcción teórica que se infiere a partir de un conjunto de regularidades semánticas que tienen lugar en un fenómeno subjetivo que representa procesos de socialización e

²¹ Digo “recuperar” para referir un doble movimiento. Si “construir el objeto” significa que este no es una realidad que está a la mano y que, más bien, es producto de una *forma de ver y de decir* que han sido adiestrados por un forcejeo entre lo teórico y los fenómenos, “recuperar” encarna las acciones de volver a leer el texto con la mirada instruida para examinarlo y coproducirlo en términos positivos y, después, guardarlo para su análisis semántico.

individualización; dicho de otro modo, que como resultado de este deslizamiento he intentado restituir la fuerza heurística de los fenómenos involucrados para captar huellas de la subjetivación positiva. Segundo, generar recursos etnográficos de triangulación (entrevistas a agentes de la mejora personal, recuperación heurística de productos culturales y revisión de los cuadernos de notas) a través de los cuales se procura contrastar y validar los patrones discursivos detectados en el *corpus* textual construido a partir de las prácticas comunicativas que tienen lugar en Facebook. Tercero, que la ilusión de “decodificar”, o de develar un código textual oculto que instituye las tramas que uniforman la subjetivación positiva, se transforme en ofrecer descripciones e interpretaciones válidas de un número determinado de tramas inferidas que dan cuenta de rasgos del mundo conceptual positivo con el que agentes de la mejora personal interactúan socialmente en Facebook y proyectan así una imagen de sí mismos. Por último, también reconocer que el diseño metodológico es producto de un conjunto de elecciones que, si bien iluminan aspectos de los procesos de subjetivación positiva, también invisibiliza otros rasgos de este objeto de estudio.

En suma, las reconsideraciones cualitativas que tuvieron lugar en el proceso investigativo terminaron por modelar el objeto de estudio y un diseño metodológico basado en herramientas de la etnografía virtual, de la semántica interpretativa y de una comprensión multidisciplinar del pensamiento positivo. A continuación, expongo algunos aspectos de la etnografía virtual relevantes para la conformación del *corpus* que estudio; en los ulteriores apartados se describen los procesos semánticos a través de los que este se discierne y organiza.

3.1.1. La etnografía virtual

Etnografía virtual (Hine, 2000) es el libro que ha modelado las metodologías (y las diferentes formas de nombrarse) para el estudio de los fenómenos sociales anclados a Internet. Hine enriquece la tradicional idea de que Internet representa el lugar donde se gesta una cultura inmanente al ciberespacio con la perspectiva de que, además, es un artefacto cultural; es decir: “una tecnología que ha sido generada por personas concretas, con objetivos y

prioridades contextualmente situados y definidos y, también, conformada por los modos en que ha sido comercializada, enseñada y utilizada.” (p. 18). Esta doble perspectiva que atiende a las formas culturales que ocurren *al interior* de las pantallas, pero también su correlación con los contextos *exteriores*, da pie a “dejar atrás la frontera entre lo *offline* y lo *online*, como primera barrera de análisis, lo que nos permitiría jugar un rol que atravesará (creará y sostendrá) las formas en que las conexiones entre ambos se ensamblan” (p. 78).

Aun cuando la etnografía planteada por Hine no está sustentada en el trabajo colaborativo que permite la *web 2.0* y que el calificativo “virtual” es criticado porque “sigue manteniendo la dicotomía, casi ontológica, entre lo real y lo virtual” (Del Fresno, 2011, p. 27) su trabajo sobre el consumo mediático y las construcciones de sentido alrededor del caso de la niñera Louise Woodward (acusada de homicidio involuntario de un bebé de ocho meses) que ha caracterizado los estudios de Internet tiene, además de un riguroso planteamiento teórico, cuatro aspectos prácticos que se toman en cuenta en la conformación del *corpus* de este trabajo, y que :

- a) Así como Geertz apunta atinadamente que no hay tal cosa como “universales culturales” (2003, p. 46-50) y que, por ende, todo análisis cultural es necesariamente parcial, la etnografía virtual no es ajena a este principio: “Una descripción holística de cualquier informante, locación o cultura es algo imposible de lograr, por lo que la noción de informante, lugar o cultura preexistente, enteramente aislable y descriptible, tiene que quedar atrás” (Hine, 2000, p. 81).
- b) Tanto en etnografía como en etnografía virtual la correcta elección de sitios de observación sobre aquellos fenómenos que nos proponemos explorar se suele basar en el sentido común; está ligada a nuestras ideas sobre el lugar donde suponemos que estos acontecen; y, respecto de su espacialidad, si lo que nos interesa comprender es lo social como un espacio de estructuraciones, se ha de concebir al sitio elegido como una instancia de flujos que podría estudiarse con una etnografía multi-situada que combine y trascienda la barrera analítica entre lo *online* y lo *offline* (pp. 74-80).
- c) Como efecto del anterior inciso, la construcción de lo que sucede comprensivamente en Internet no se restringe al propio espacio mediático; existen otros espacios, fuentes

o productos culturales de diferente índole que ayudan a conformar una mejor interpretación de lo que sucede en las plataformas (p. 79).

- d) Allende la discusión de si lo que se estudia en las plataformas comunicativas de Internet son interacciones sociales (para las que se requeriría co-presencia, adaptabilidad e intercambio rápido de perspectivas) o textos (que sería “una forma de interacción empaquetada que se mueve de un lugar a otro” (p. 65)), “lo importante es tener presente que ambas dimensiones pueden coexistir” (p. 66) y que el material para el análisis discursivo se basa en el registro de las interacciones como elaboraciones individuales (pp. 65-69).

En correspondencia con estas características de la práctica etnográfica virtual, en mi investigación:

- a) En tanto que el producto de la etnografía es parcial, en modo alguno busco ofrecer una descripción total de las prácticas subjetivas del pensamiento positivo y de la forma en que las tramas de subjetivación regulan este proceso. No obstante, sí se pretende alcanzar la suficiencia descriptiva y analítica para interpretar parte de este entramado de patrones positivos de subjetivación que se articulan en Facebook.
- b) Se considera que Facebook es un sitio apropiado para observar rasgos de los procesos de subjetivación positiva debido a que los mensajes de mejora personal son reproducidos por los agentes sin condicionamientos grupales, investigativos o morales de manera que el mensaje emitido no es artificioso en el sentido de que sea captivo del mandato de un tercero: aquí se considera que los agentes de la mejora personal publican y comentan libremente en Facebook. También como ejercicio de sentido común para pensar a la etnografía y su relación con la espacialidad, Facebook representa un sitio que concentra tramas de subjetivación que se acrisolan como textos, que tienen lugar en él, pero cuya huella discursiva, es de esperarse, no le son exclusivos, y se siguen más allá de la propia red social, en el *offline*; de ahí que se emplean estrategias de validación cuyo fin es seguir y enriquecer la señalada huella discursiva en las narrativas biográficas, las formulaciones reflexivas de agentes de la

mejora personal o en el horizonte de hechos y conocimientos que naturalizan y signan positivamente la vivencia del mundo.

- c) Sin zanjar por ello la discusión acerca de lo que se analiza en Facebook o en las plataformas comunicativas de la web 2.0, interacciones o, antes, prácticas de comunicación, como decisión operativa aquí las prácticas comunicativas cifradas por el pensamiento positivo son analizadas discursivamente como textos con marcas semánticas iterativas o isotopías puesto que estas marcas son signos que dan cuenta de la organización de los procesos sociales y psicológicos de los agentes de la mejora personal.

3.2. La construcción del *corpus* textual

Dar forma y sentido a las estrategias metodológicas para el abordaje de la pregunta de investigación ha sido un proceso que ha ocurrido a la par del proceso operativo de construcción del *corpus* textual²² que da cuenta de las prácticas de los sujetos y de la definición de las herramientas discursivas para su discernimiento y organización –herramientas que precisan qué leer y cómo leer las pantallas recuperadas–. En ninguno de los casos el camino ha sido lineal, simple o acumulativo.

Producto de los cambios en las formas en que he comprendido al pensamiento positivo, a los sujetos de investigación, a mí mismo como investigador y, en suma, resultado de la propia movilidad del objeto de estudio que he consignado en el apartado anterior, el espacio de investigación desbordó los márgenes de lo *online*. Aunque las prácticas de los agentes de la mejora personal están representadas por el *corpus* textual y este es construido mediante la recuperación de pantallas, las entrevistas, la recuperación heurística de productos culturales y mis cuadernos de notas han sido insumos secundarios que han ayudado a uncir y definir las formas de ver y de nombrar las tramas de subjetivación en prácticas *online*.

Enseguida elaboro una descripción del terreno observado (mi red de amigos en Facebook), y señalo la pertinencia y las limitantes de este foro como sitio para realizar las observaciones; también refiero brevemente cuáles son las etapas que tuvo el trabajo en campo. En los apartados ulteriores describo, primero, a la captura de pantallas como la técnica a través de la cual recupero el material que integra al *corpus* de prácticas textuales; después, escribo de qué manera las entrevistas conceptuales con agentes de la mejora personal, la recuperación heurística de productos culturales y las consideraciones en mis cuadernos de notas son un

²² Vale la pena recordar que considero que texto es fundamentalmente aquello que es sensible de ser leído o interpretado (Vilches, 1984). Razón por la cual este *corpus* está integrado no solo por textos escritos (elaborados o no por los propios sujetos), sino también por videos, infografías, gráficos, memes o GIFS publicados por los agentes de la mejora personal.

conjunto de elementos de triangulación que apoyaron la interpretación y valoración de las inferencias que dieron cuerpo a las tramas abordadas en este trabajo.

3.2.1. Elementos contextuales y descriptivos del terreno observado

Mi ingreso a la red fue a principios de 2011 y hasta el momento de redactar esto mi red de amigos oscila alrededor de los 690. La cuenta la abrí por recomendación de quien ahora es mi esposa y son mis amigos y conocidos quienes me han solicitado la amistad. Como un reflejo de los vínculos sociales que he forjado como estudiante y profesor universitario, mi red está constituida en un 85% por individuos que he conocido en el ámbito académico: antiguos estudiantes universitarios que han asistido a mis cursos en el ITESO y en el Departamento de Letras de la Universidad de Guadalajara, excompañeros de las diferentes instituciones educativas que he cursado o compañeros de trabajo. El restante 15% son familiares o amigos que he conocido fuera del ámbito escolar. De otro modo dicho, está integrada por individuos entre los 16 y los 62 años, profesores, investigadores, amas de casa, periodistas, profesionistas, escritores, empresarias, activistas sociales y estudiantes, y no sobra decir que a todos ellos los conozco personalmente. En mi red social he identificado al menos 77 personas que, en algún punto o de manera frecuente, han ofrecido consejos para la mejora personal.²³ Los mensajes de mejora personal publicados por estas personas son la base sobre la que recreo retratos libres del agente de la mejora personal en el capítulo que sigue.

En lo que respecta a mi forma de ser usuario, mi actividad es poca debido a que me cuesta trabajo saber qué publicar, qué tipo de respuesta o qué palabras emplear, tener el tiempo

²³ Destaco que, al menos en las personas detectadas en mi red de amigos, todos han publicado más de un consejo positivo de mejora personal entre mayo de 2014 y marzo de 2016. La mayor parte de ellos –alrededor de 59– comparten la divulgación de este tipo de mensajes con otros de la más diversa índole temática (deportes, videos musicales, política nacional o humor, por ejemplo); los restantes dieciocho han hecho –de manera más o menos fluctuante en el tiempo– de la reproducción tácita o explícita de consejos positivos el elemento central de su “Biografía” en Facebook.

necesario para dar el tipo de respuesta expedita que a veces demanda el medio y porque – para los fines de esta investigación– he preferido no exponerme a percepciones negativas o positivas que afectaran de una o de otra manera las frecuencias o los contenidos publicados. Una vez decidido que fuera mi red social el sitio de las observaciones, publico al menos una o dos veces cada 15 días para hacerme presente en sus propias pantallas; las más de ellas lo hago con comentarios referentes a la literatura, las artes o mediante fotografías de la vida familiar, estrategia que ha resultado eficaz para alimentar los lazos. El “me gusta” lo uso como una herramienta para agradecer o para hacerme presente con personas de quienes me interesa recordarles el vínculo *off-line* que nos une²⁴.

Dicho esto, la decisión de que fuera mi propia red social el sitio a partir del cual se recuperara y construyera el *corpus* donde se estudian las tramas de subjetivación positiva generó un perímetro de alcances y limitaciones en la investigación. El más evidente de estos es que el universo de las tramas de subjetivación positiva que exploro se restringe a un grupo numérica y cualitativamente limitado. Dadas las características de mi red social y de mí como aglutinador de la misma, los agentes de la mejora personal que aparecen en ella son individuos mexicanos; la mayoría residentes de Guadalajara; la mayoría con una edad que oscila entre los 25 y los 47 años; con estudios superiores; ninguno en situación de pobreza; se identifican sobre todo personas que se dedican a la comunicación y la enseñanza: pequeños empresarios, empleados en medios, maestros, agentes de venta, *freelancers* y directivos; de los 77 agentes, 49 son mujeres y 28 son hombres.

Estos acotados perfiles de las personas que integran el constructo teórico “agentes de la mejora personal” apuntan a que un número desconocido de tramas de subjetivación quedan fuera del alcance de esta investigación. Asumiendo que los agentes de mejora personal de mi red social reproducen consejos que representan formas de cuidado de sí relativas a sus perfiles e intereses, es previsible que en al *corpus* de prácticas recuperado no tengan lugar

²⁴ Este “Me gusta” recuerda el hecho de que esta forma de “gustar” es menos una emoción interna que un acto social con el que se refrendan conexiones o relaciones con los otros, tal como lo ha constatado Peyton (2014).

tramas que en otras redes sociales sí tendrían lugar. Es presumible que existan en otras redes, en otros países, agentes de la mejora personal que reproduzcan mensajes positivos relativos a sus propios intereses como transexuales, daneses o vietnamitas, desempleados, ex convictos, yihadistas, empleados de gobierno, indígenas o ancianos; que existan otros operadores discursivos que prevalezcan iterativamente: otros temas y consejos importantes para el cuidado de sí, otras narrativas u otros componentes simbólicos. Mi red hace visible sólo un puñado de tramas de subjetivación positiva a través un número limitado de textos de agentes de la mejora personal.

No obstante, esta limitante cuantitativa y cualitativa también posibilita que este estudio se clarifique en términos de exploración cualitativa y sea asequible por un solo investigador. Esta condición, que parecería confinar las posibilidades del estudio de los procesos de subjetivación positiva, al contrario, ha permitido centrar la atención en la reflexión acotada de formas mediante las que interviene el sistema epistémico positivo en un grupo muy acotado de tramas de subjetivación que podría ser útil como muestra y contraste en posteriores estudios sobre las formas en que opera subjetivamente el pensamiento positivo.

Así, el trabajo formal de captura de pantallas donde se recuperan las practicas comunicativas textuales de los sujetos abarcó alrededor de 21 meses y estimo que el total de horas dedicadas a ello ronda las 550. Al inicio, el objetivo de las observaciones en Facebook era puramente motivado por la localización y captura de mensajes de discurso motivacional o de autoayuda; antes que cuestionarme por los sujetos y las subjetividades, el sentido de estas capturas estaba orientado por las repercusiones discursivas de la autoayuda en la manera de escribir en Facebook de quienes en septiembre de 2014 denominaba como *ciberpastores* —en alusión al poder pastoral descrito por Foucault (1984, 1990, 1991, 2000). Una vez puesto en marcha el cuestionamiento sobre la acción del sujeto para orientar el estudio hacia la producción de subjetividades más que al papel ideológico del discurso y corregidas las indagaciones hacia la episteme positiva, el campo se amplió debido a que ha implicado *salir* de Facebook para atender, por un lado, los objetos textuales o audiovisuales posteados ahí y, por otro lado, el conjunto de materiales culturales que las observaciones etnográficas multi-situadas (*on-line* y *off-line*) han conjuntado.

En suma, aunado al insumo principal de la captura de pantallas comencé a operar tres técnicas secundarias que fueron empleadas como estrategias para acompañar, validar y enriquecer el discernimiento semántico e interpretación del *corpus* textual, del cual enseguida expongo su técnica de conformación.

3.2.2. Captura de pantallas

La pregunta por las tramas de subjetivación positiva que tienen lugar en las prácticas comunicativas de agentes de la mejora personal en Facebook y el supuesto de que la respuesta puede comenzar a formularse a través del discernimiento y organización semántica de estos textos, llevó a la determinación de considerar a la captura de pantallas como el mecanismo idóneo para conformar el *corpus* textual.

La recuperación formal de pantallas inició en mayo de 2014 y duró 21 meses hasta marzo de 2016; ello considerando una pausa entre mayo y junio de 2015. De manera intuitiva al inicio y, en el proceso, validado por teóricos, el criterio para la selección y captura ha sido que sean publicaciones elaboradas por los propios sujetos (*agente creador*), que re-publiquen o *posteen* mensajes audiovisuales o escritos con comentario añadido (*agente curador*) o sin comentario (*agente divulgador*) que reproduzcan el discurso de la autoayuda y, por proceso metonímico, el pensamiento positivo.

El discurso de la autoayuda es rastreable en la medida de que sus mensajes ofrecen consejos tácitos o explícitos para despertar la motivación psíquica endógena en aras del diagnóstico, la prevención y la transformación personal con miras al éxito, la plenitud espiritual o la felicidad en entornos que se asumen apremiantes, que vulneran la autoestima o que precarizan el desarrollo personal (Ampudia, 2010; Coll, 2006; Peredo, 2013; Apodaka, 2011; Papalini, 2005, 2006-2007, 2007; 2010, 2013; Rimkie 2000). Además, estos mensajes suelen también reproducir de manera expresa o implícita el esquema narrativo de la autorrealización según Apodaka (2011): victimización, concienciación, empoderamiento y resolución

positiva, o el de la autoayuda, según Illouz (2007): búsqueda del yo interior, lucha con la vida emocional y liberación psíquica de las trabas emocionales.

La dinámica para hacer las observaciones cotidianas ha tenido dos etapas, cada una caracterizadas por formas de habitar investigativamente Facebook. La primera, efectuada entre mayo de 2014 y abril de 2015, se hacía exclusivamente desde la PC de escritorio de mi mesa de trabajo. De manera regular (aproximadamente seis días por semana) a partir de las cuatro de la mañana, durante al menos 20 minutos, recorría la página de inicio para encontrar las publicaciones, comentarios y “me gusta”²⁵ que manifestaran el discurso de la autoayuda; esta acción se repetía después de las siete de la tarde. En la medida de que había identificado usuarios que solían reproducir mensajes de mejora; los buscaba y revisaba si habían publicado algo nuevo. La recuperación de la imagen que reprodujera el mensaje de mejora personal se hacía a través de la herramienta OneNote. El total de pantallas recuperadas fue de 157.

La segunda etapa de captura se desarrolló entre julio de 2015 y marzo de 2016. Esta etapa modificó sensiblemente el modo de abordar el campo pues se hizo particularmente a través de un *smartphone*. La irregularidad espacio-temporal entre lo *off* y lo *on-line* propiciada por el dispositivo tecnológico convivió con mi vida cotidiana y con la sensibilidad que todavía estoy en curso de desarrollar para detectar o cuestionar el pensamiento positivo en los fenómenos y las prácticas culturales de mi entorno inmediato y mediático. En lugar de los 40 minutos diarios dedicados anteriormente a la inmersión al campo, durante la segunda etapa los tiempos fueron volátiles porque el empleo del dispositivo móvil fue continuo y en las situaciones más diversas: en los momentos de espera, al sacar a pasear a mi mascota, en el baño, si estoy comiendo solo o mientras riego el jardín. Durante esos meses el promedio semanal de horas pasadas en Facebook era de siete horas en el *smartphone* y dos horas más

²⁵ Esta práctica finalmente la deseché del *corpus* textual debido a que, como antes lo he referido, “Me gusta” no involucra un despliegue importante de recursos sociosimbólico por parte de los sujetos y es menos una emoción interna que un acto social con el que se refrendan conexiones o relaciones con los otros (Peyton, 2014).

en la PC; ello sin contar el tiempo del día que dedicaba a pensar y escribir lo que había visto o leído en la red.

La combinación de ambos dispositivos fue complementaria. La PC abre de manera más eficiente el contenido y los comentarios de Facebook para saber si hay información importante que recuperar; también es más rápida al desplegar búsquedas precisas al interior de la red o de artículos, libros o páginas *web*; en mi caso permitió una lectura más atenta de los contenidos y la toma de notas en mis cuadernos. Las virtudes del *smartphone* fueron que permitieron una revisión menos estructurada del campo, interacciones más rápidas y la captura de pantallas más eficaz y con un mejor sistema de almacenaje que la herramienta OneNote de la PC. Una práctica frecuente fue que al ver un estado que refleje las condiciones del pensamiento positivo en la PC lo buscaba mejor en el *smartphone* para hacer la captura de la pantalla correspondiente. En dicho periodo recogí alrededor de 483 pantallas. El número total de pantallas capturadas que recuperan las prácticas comunicativas textuales es de 640.

3.2.3. Entrevistas conceptuales

Las entrevistas, la recuperación heurística de productos culturales y los cuadernos de notas fueron técnicas secundarias útiles para recuperar información que enriquece y ofrece elementos de validación a la comprensión hermenéutica y semántica del *corpus* textual. La constitución de este grupo de estrategias fue producto de un conjunto de acciones cuya mayoría ocurrió de manera inesperada y más bien por el efecto de la atención a mis entornos cotidianos: en conversaciones casuales con compañeros de trabajo o amigos a quienes de pronto me encontraba interrogando sobre su forma positiva de pensar o sobre su actividad en Facebook; durante exposiciones o trabajos escritos de estudiantes en los que refieren de la manera más natural la importancia de pensar positivamente para ser felices o los usos emocionales de esta red social; también en las diferentes estaciones radiofónicas que escucho, tanto en comentarios de los conductores, de los invitados —médicos, artistas, economistas, políticos— o en la publicidad; en documentales, películas o series donde —a veces sólo en

algún rasgo de la narrativa o de un personaje, a veces como parte integral de la trama— aparece la lógica terapéutica del pensamiento positivo.

Sobre esta base de fenómenos que rebasan la frontera *online*, las entrevistas formales a agentes que durante el lapso de la etnografía tuvieron prácticas comunicativas como creadores, curadores o divulgadores de mensajes de mejora personal, fueron planteadas para enriquecer el discernimiento y validación de los patrones semánticos intuidos en el proceso analítico del *corpus* de prácticas textuales. Mediante estas entrevistas y otra serie de insumos etnográficos se obtuvieron algunos caracteres biográficos y reflexivos —caracteres que recreo particularmente en el capítulo III— con los que procuré validar el discernimiento sobre las tramas de subjetivación que primariamente se infirieron en el *corpus* y sobre el cuestionamiento de las prácticas comunicativas vistas como estrategias de individuación.

Entendiendo que la triangulación

se refiere al uso de varios métodos, de fuentes, de datos, de teorías o de ambientes de estudio de un fenómeno [...y que] este término metafórico representa el objetivo del investigador en la búsqueda de patrones de convergencia para poder desarrollar o corroborar una interpretación del fenómeno humano. (Okuda y Gómez-Restrepo, 2005, p. 119),

las entrevistas, la recuperación heurística de materiales culturales y las reflexiones recogidas en los cuadernos de notas tuvieron la función de generar validez interna al trabajo vía el contraste y la detección de “patrones de convergencia”, que en este caso se refiere a las regularidades discursivas o rasgos isotópicos textuales que dan cuenta de una continuidad estructural y subjetiva de las tramas de subjetivación en el discurso de las entrevistas, el mundo *off-line* y, desde luego, en los mensajes de mejora personal en Facebook.

Empleé las llamadas “entrevistas conceptuales” porque su propósito es “representar la estructura conceptual de las concepciones de un sujeto o un grupo de sujetos” (Kvale, 2011, p. 168). Esto significa que procuré reconocer la lógica conceptual de los sujetos,

particularmente alrededor de la noción de la felicidad, que es el concepto base desde donde observé tramas de subjetivación vinculadas al pensamiento positivo.

Sobre este punto, un elemento que debe consignarse es que en el transcurso de las observaciones del campo (el *online*) y del campo ampliado (el *offline*), la noción de “pensamiento positivo” referida literalmente en contextos donde se emplea como un estilo estructurado y asumido de pensamiento al modo de “pienso positivamente” o “el pensamiento positivo” resultó ser una noción notablemente prejuiciada entre los sujetos: “Es como ver el mundo rosa”, señaló en tono crítico E, uno de los agentes entrevistados que se dedica al *coaching* neurolingüístico (afamado modelo de comunicación interpersonal cuyo objetivo es el éxito personal con base en la programación lingüística como herramienta de atracción de aquello que se desea obtener de los demás); “pobre gente enajenada”, dijo N, una de las primeras agentes detectadas, mientras platicaba con ella en una charla informal acerca de mi investigación. Lo mismo sucede en Facebook, donde es frecuente encontrar entre los propios agentes de la mejora personal, actitudes críticas ante lo que vinculan con el estilo de pensamiento positivo o la literatura de autoayuda (figuras 6 y 7).

Figura 6. Crítica paradójica al pensamiento positivo.



Figura 6. Curaduría que muestra a un agente de la mejora personal criticando al pensamiento positivo. Paradójicamente, tanto el texto re-publicado como su comentario introductorio apuntan a una toma de distancia respecto de la referencia literal al pensamiento positivo y la autoayuda; aquí, respecto de la manipulación emocional vinculada al coaching como forma de adiestramiento para ventas efectivas.

Figura 7. Crítica paradójica al pensamiento positivo.



Figura 7. Curaduría que muestra a un agente de la mejora personal criticando al pensamiento positivo. El video divulgado evidencia la crítica que el actor, escritor y divulgador de mensajes motivacionales positivos, Odín Dupeyrón, hace a los libros de autoayuda, particularmente a la ley de la atracción (<https://www.youtube.com/watch?v=W8gi5o2PUWU>).

La reticencia y paradoja mostrada –que no suele ocurrir cuando los agentes refieren al pensamiento como algo separable, contingente o instrumental como “tener pensamientos positivos” o “ser positivo” – definió las entrevistas, no sólo porque terminé por evitar la palabra “positivo” y, más aún, la expresión “pensamiento positivo”, sino porque se tuvo como efecto abordar al objeto desde la felicidad, entendido como el objeto teleológico del pensamiento positivo.

Las entrevistas giraron, pues, en torno de los siguientes ejes temáticos:

- a) La experiencia de Facebook.
- b) El papel terapéutico de la expresión.
- c) Felicidad y búsqueda de sentido.
 - 1. Factores personales-biográficos que construyen el sentido.
 - 2. El lugar de las emociones en la experiencia de la felicidad.
 - 3. Factores sociales, culturales y económico-políticos que modelan la experiencia de la felicidad.

Ahora bien, de entre los 77 agentes de la mejora personal detectados en mi red social, en un principio planeé entrevistar a diez, considerando que sería un número suficiente para clarificar patrones biográficos y reflexivos de los agentes de la mejora personal que podrían enriquecer las regularidades discursivas detectadas en los mensajes, y el sentido que le dan estos sujetos a las prácticas comunicativas mediadas por Facebook. No obstante, en el proceso de estudiar las seis entrevistas formales que ya había realizado hasta septiembre de 2016, y repasando las notas y algunos de los productos culturales recuperados²⁶, me percaté de que estos patrones biográficos y reflexivos ya se hacían reconocibles y que las variantes eran circunstanciales: los sujetos vivieron un momento o etapa de su vida que experimentaron como negativa pero que resolvieron gracias a la búsqueda interior, a la conciencia de sí y a la liberación de las trabas emocionales, reflexivas o de relaciones personales que no permiten crecer; poder expresar los sentimientos y las emociones es una condición para poder estar bien consigo mismo; la felicidad es un estado del ser que justifica la vida; se tiene que aprender a sentir para poder estar mejor con uno mismo; dejar de perseguir los sueños personales es un fracaso lamentable; que se trabaja por ellos todos los días y que se necesita motivación para hacerlo. Asimismo, se detectó la reiteración —ya prevista en los trabajos de Serrano-Puche (2016) y de Rivera, Arango y Zamudio (2013)— de que Facebook es experimentado, entre otra serie de características, como un lugar confiable para la expresión y para la clarificación de las emociones, y para afianzar y mantener lazos sociales. Esto significó la determinación de no llevar a cabo más que las seis entrevistas que ya había realizado. Enseguida presento las fichas biográficas (Tabla 1) de los agentes de la mejora personal entrevistados. Su nombre es referido con la inicial de su nombre de pila puesto que, a diferencia de las prácticas en Facebook —que ocurren en el dominio público—, en este caso opté por guardar el anonimato de los sujetos.

²⁶ Programas radiofónicos de *Simplemente Adriana*, *Qué tal Fernanda*, los videos de *México*, *historias que inspiran* o documentales como *Holly Hell* (2016), *Going Clear: Scientology and the Prison of Belief* (2015) o *I'm not your Guru* (2016); todos ellos, productos que ya recogen testimonios de jóvenes y mujeres que relatan partes de su vida que los han modelado y que reflexionan acerca de su experiencia sobre lo que aquí considero pensamiento positivo. Asimismo, ensayos de estudiantes acerca de la felicidad, conversaciones con ellos, con desconocidos o con conocidos acerca de sus prácticas en Facebook y el sentido que le otorgan a estas.

Dando por descontado que los mensajes reproducen formas positivas el cuidado de sí, la última columna señala las recurrencias temáticas que aparecen a nivel enunciativo y que en el capítulo III se describen como tramas de subjetivación; en el mismo capítulo retrato al agente de la mejora personal con base en este y el resto de los materiales de la investigación.

Tabla 1. Fichas biográficas de los agentes de la mejora personal entrevistados.

Nombre	Edad	Sexo	Escolaridad	Actividad laboral	Estabilidad económica	Arreglo familiar	Tipos de mensajes reiterativos
E	44	M	Maestría	Coaching	Media/Inestable	Divorciada, dos hijos	“Sé feliz”, “Despierta, sueña”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar”.
H	28	H	Licenciatura	<i>Freelance</i> de medios	Media/Inestable	Soltero, vive con su mamá	“Despierta, sueña”, “Vive el presente”, “Libérate”.
D	47	M	Licenciatura	Directora de comunicación	Media/Estable	Divorciada, una hija	“Sé feliz”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar”.
K	23	M	Licenciatura	Estudiante	Medio alto/Estable	Soltera, vive con papás	“Despierta, sueña”, “Resiste”.
L	22	H	Licenciatura	Estudiante	Medio alto/Estable	Soltero, vive solo.	“Despierta, sueña”, “Vive el presente”, “Libérate”.
J	28	M	Licenciatura	Empresaria	Media/Estable	Madre soltera, vive con sus hijos.	“Sé feliz”, “Despierta, sueña”, “Resiste”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar”, “Libérate”.

Nota: La letra con la que se denomina a cada sujeto está determinada por la inicial de su nombre.

3.2.4. Recuperación heurística de productos culturales

Durante el proceso de configuración del objeto de estudio, de los marcos teóricos y de las observaciones en el campo etnográfico, se hizo evidente que las tramas de subjetivación positiva que tienen lugar en Facebook poseen contextos discursivos y vivenciales que no se agotan en la propia red social y que, de hecho, cobran más claridad y sentido, si se colocan

bajo el espectro contextual de los materiales culturales disponibles para la profilaxis terapéutica positiva. El conjunto de fenómenos que suceden en Facebook es una de las indeterminadas maneras en que se corporeiza el sistema epistémico positivo; eso sí, una cuya peculiaridad consiste en que es divulgada por individuos *comunes* y no por profesionales de los medios, escritores o gurús de la superación personal.

Ante la carencia teórica de una arqueología del pensamiento positivo y la dificultad que implicaría elaborar una que fungiera como horizonte de comprensión diacrónico que explicara la genealogía estructural del agente de la mejora personal, consideré pertinente recoger muestras de productos culturales (la mayoría mediáticos, pero no exclusivamente) que recrean de diferentes maneras una interpretación sincrónica del estado actual del pensamiento positivo y ofrecen un contexto cultural cercano al objeto de estudio; esta recreación, además, es útil para elaborar la presentación del sujeto de la investigación que aparece al inicio del capítulo III.

Este contexto cultural es necesario en dos sentidos. Primero, y recientemente referido, es que es una estrategia que apoya en la interpretación y validación de las inferencias que consolidaron teórica y fenoménicamente los patrones de discurso que tienen lugar ya no sólo en el mundo *off-line* de Facebook, sino también en el universo personal de los sujetos: en fenómenos culturales de carácter positivo que recrean estos patrones y que materializan el horizonte de hechos y conocimientos socialmente compartidos a través de los cuales los individuos organizamos nuestras vivencias. Segundo, este encuadre contextual también es necesario para reconocer que los procesos de subjetivación positiva que se manifiestan en Facebook forman parte de un escenario social diverso, complejo y de mayor envergadura en donde estas formas específicas de subjetivación parecieran ser sólo una muestra, el eco de una lógica positiva que se ha naturalizado estructuralmente como forma de cuidarse y hacerse a sí mismo.

La recuperación de estos materiales estuvo cifrado por el azar en la medida de que a veces aunque estuviera expuesto a otro tipo de estímulos, brotaba el contenido positivo directamente en los contenidos o en la forma de sustentar algún argumento sobre, por

ejemplo, la carrera elegida en la presentación oral de un estudiante, el modo en que ISIS recluta mujeres españolas en una noticia difundida por el diario *El País*, la manera en que afecta el consumo de carne al organismo según una nutrióloga en un programa radiofónico de la cadena *Imagen*, por qué leer nos hace mejores según la campaña *LeerMx* del Consejo de la Comunicación que se coloca en los parabuses, en la política editorial que sostiene el Tec de Monterrey en su revista *Tec Review* o en referencias directas de agentes de la mejora personal.

Enseguida describo algunos de los ejemplos utilizados como material que orientó y complementó el discernimiento semántico enunciativo del *corpus* de textos recuperados de Facebook y su interpretación.

Descripción de México, historias que inspiran

Figura 8. Producto cultural positivo: Campaña/concurso mediatizado gubernamental.



Figura 8. Fuente: Imagen promocional de la campaña “México, historias que inspiran” en 2015 (<http://mexicohistoriasqueinspiran.mx/>)

Este fue un concurso organizado durante el 2015 por el Consejo de Promoción Turística de México, oficina de la Secretaría de Turismo (<http://mexicohistoriasqueinspiran.mx/>). Promocionado por diferentes medios y en diferentes plataformas mediáticas, este certamen calificó videos donde se relataran historias de vida de mexicanos que, como tal, fueran inspiradoras para ser mejores como mexicanos y como personas. Se premió (con viaje para dos personas a un destino turístico nacional), en enero de 2016, a 225 historias en cuya mayoría presentan a individuos que han sabido sobreponerse a entornos sociales o

condiciones personales precarias y que, en todo caso, sirven como ejemplo motivacional. Historias como la de Gaby Machuca (<http://mexicohistoriasqueinspiran.mx/HistoriasController/historia/62>) o la de Crystal Vázquez (<http://mexicohistoriasqueinspiran.mx/HistoriasController/historia/114>) son una muestra del poder de la resiliencia, de los sueños y de narrativas personales montadas sobre las estructuras de la autorrealización.

Descripción de *literatura motivacional*: Donald Trump

Figura 9. Producto cultural positivo: literatura motivacional.

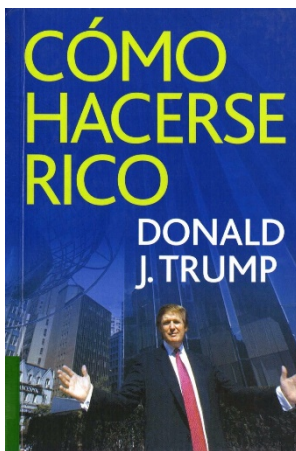


Figura 9. Fuente: Portada del libro Trump: Cómo hacerse rico (2004).

El emblemático personaje mediático, emprendedor exitoso y controversial presidente de Estados Unidos es escritor de una extensa serie de libros (al menos 13, algunos de ellos en colaboración) que conectan con la tradición de libros clásicos de autoayuda del estilo de Norman Vincent Peale (*El poder del pensamiento positivo*, publicado originalmente en 1952). *Trump: El arte de vender* (1987), *Trump: Cómo hacerse rico* (2004) o *Trump: Piensa como billonario: Todo lo que necesitas saber sobre el éxito, los bienes raíces y la vida* (2004) son libros donde no sólo prevalece el estilo incendiario propio del personaje, sino también el modelo y los temas de la literatura motivacional que vinculan el destino individual con el dinero, el poder del control reflexivo y emocional con el éxito, la negatividad y la

incomprensión de sí mismo con el fracaso, la pobreza con la falta de suficiente control mental.

Descripción de *La playa*

Figura 10. Producto cultural positivo: Producción audiovisual.

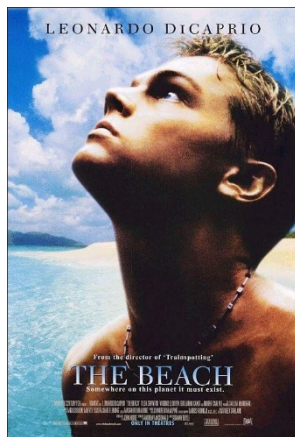


Figura 10. Fuente: Portada de la película La playa dirigida por Danny Boyle (2000).

Dirigida por Danny Boyle (2000), esta película fue referida por H, uno de los sujetos entrevistados (quien continuamente publica consejos sobre cómo vivir la juventud en términos de desarraigo), como un modelo de los instantes que busca experimentar en su vida. Sin necesariamente tener un mensaje motivacional en el plano enunciativo, en el plano narrativo y en el connotativo, este producto cultural presenta aspectos ecosistémicos que ayudan a pensar la subjetivación positiva en términos de la naturalización de la precariedad, la narrativización y estetización del yo, y la resiliencia como cualidades subjetivas.

Descripción de *Tec Review*

Figura 11. Producto cultural positivo: Publicación periódica de institución educativa.



Figura 11. Fuente: *Tec Review del Tecnológico de Monterrey*.

Con siete números hasta octubre de 2016, *Tec Review* me ha parecido importante considerar porque es representativa de la institucionalización educativa y científica del pensamiento positivo en México, ya porque el presidente del Sistema Tecnológico de Monterrey Salvador Alva, es escritor del libro de autoayuda *Tu vida, tu mejor negocio*, ya porque esta misma institución educativa promueve y estudia la psicología positiva en el Instituto de la Felicidad del Tec Milenio (<http://cienciasdelafelicidad.mx/>). En los contenidos de esta revista hay una continua divulgación de la positividad, de la autoayuda como actitud emotiva, (Núm. 2 pp. 46-53; núm. 3, p. 96; núm. 4, pp. 19-20) racional (Núm. 1, p. 96) y del emprendimiento (Núm. 4, pp. 12-15) necesaria para la mejora social, científica y personal, o del *management* de uno mismo como necesidad empresarial (Núm. 6, 74-79).

Descripción de ensayos de estudiantes

Figura 12. Producto cultural positivo: Ensayo universitario.

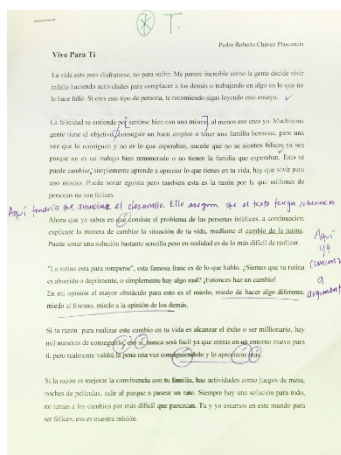


Figura 12. Página de ensayo que muestra Fuente: Texto escrito por un estudiante universitario.

Parte de mi actividad como profesor de escritura de estudiantes universitarios de diferentes carreras, es que desde hace más de doce años he instrumentado como parte de las tareas el desarrollo y ejecución de ensayos académicos sobre temas como “la muerte”, “el amor”, “la belleza” o “el odio” como vehículos para verificar su escritura y la manera en que argumentaban con base en sustantivos abstractos. A la par de la génesis de esta investigación comencé a emplear, en algunos de los grupos asignados a mi cargo, dicha parte de los cursos para que los estudiantes clarificaran una idea personal sobre la manera en que entienden y experimentan la felicidad para que la desarrollaran argumentativamente como ensayo. Como producto de este trabajo académico recuperé 118 ensayos (en un universo de 190) cuya idea y argumentación de la felicidad se sostienen en el pensamiento positivo.

Descripción de *Otros materiales*

Figura 13. Producto cultural positivo: Insumo etnográfico.



Figura 13. Escalera del edificio de Arquitectura del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Fuente: Fotografía tomada por el investigador en 2015.

Material de diversa índole, estos insumos etnográficos de pensamiento positivo y autoayuda son detectados en la vida cotidiana. Intervenciones en espacios públicos, presentaciones orales y trabajos escritos de estudiantes, páginas de conferenciantes (<http://speakersmexico.com/>), noticias, películas, comentarios radiofónicos, conversaciones aleatorias escuchadas en cafés o, incluso, artículos *posteados* por amigos de Facebook (no divulgados por agentes de la mejora personal) son ejemplo de diferentes materiales que reproducen aspectos sustanciales del pensamiento positivo. Me parece una herramienta etnográfica importante en la medida de que recuperan parte de la múltiple textualidad social en torno de la profilaxis positiva que se ha normalizado en la vida diaria.

3.2.5. Cuadernos de notas

Figura 14. Recuperación sistemática y holística personal.

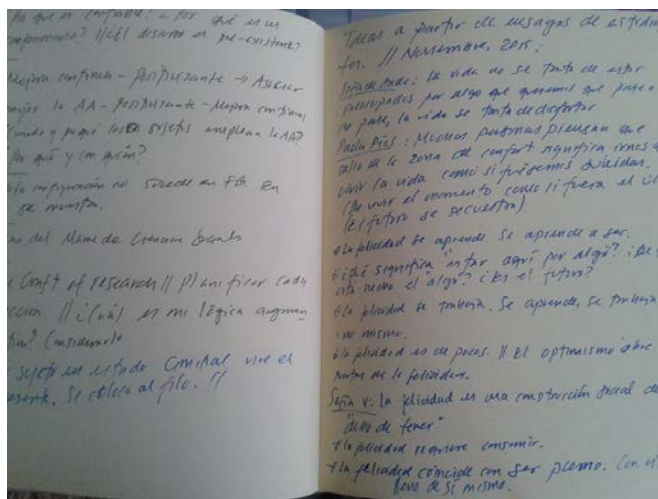


Figura 14. Fuente: Fotografía de uno de los cuadernos del investigador.

Los cuadernos de notas preservan el registro primario de mi experiencia como investigador de los procesos de subjetivación positiva. A través de su escritura y lectura se ha modelado el objeto estudio y las formas de abordarlo: han sido el lugar natural en donde cobran forma las impresiones y las reflexiones sobre lo que sucede en términos positivos en prácticas comunicativas de Facebook; en el mundo *online* o en los entornos *offline* que he transitado durante los tres años en que he indagado de manera más o menos sistemática sobre el pensamiento positivo en el marco institucional del doctorado; o donde objetivo mis recuerdos, mis prejuicios y mis maneras de dirimir reflexivamente el objeto de estudio.

Desde junio de 2014²⁷ y hasta octubre de 2016 se usaron nueve cuadernos de notas de tamaño media carta (14 x 21.5 cm.), con un promedio de 80 páginas cada uno. Al inicio de la investigación trataba de llevar conmigo dos cuadernos: uno con anotaciones específicas sobre lo que ocurría en Facebook y mi experiencia de ello, y otro con anotaciones sobre los entornos

²⁷ Entre mayo y agosto de 2014 definí, bajo el consejo de Diana Sagástegui, mi directora de tesis, y de María Elena Hernández y Raúl Fuentes, miembros del comité de titulación, al pensamiento positivo como el tema principal de mi trabajo doctoral.

offline; terminé por desechar esta organización no sólo por incómoda sino, sobre todo, porque obligaba a colocar un límite artificioso entre dos esferas fenoménicas cuyas experiencias están fuertemente entrelazadas. De este modo, las notas están encabezadas por una marca de referencia: “Tras la conversación con Eva. 13 de marzo”, “Respecto de publicaciones de Julie Shine. Junio” o “Escuchado en *Fibra óptica*. 5 de la tarde, 14 de septiembre”.

3.3. Discernimiento semántico

El proceso de discernimiento del *corpus* de prácticas de comunicación textuales fue el elemento clave para dar forma a las tramas de subjetivación positiva que se estudian aquí. Parto del principio de que las regularidades textuales son signos de dichas tramas; es decir, que al analizar semánticamente el *corpus* de textos escritos, gráficos y audiovisuales divulgados en Facebook, se revelan, en diferentes planos semánticos, zonas cohesivas de sentido que –vía la previsibilidad, la regularidad y la normalización– muestran rastros de discursos socialmente contruidos que operan a nivel enunciativo, narrativo y simbólico y a través de los que los sujetos les dan forma y sentido al cuidado de sí mismos desde la perspectiva del pensamiento positivo. Aquí, como previamente se ha consignado, me restrinjo a la descripción e interpretación de las recurrencias isotópicas que son sintomáticas de las tramas enunciativas.

Empleo la noción de “isotopía” como una herramienta para nombrar y organizar las recurrencias semánticas de los materiales textuales de las etnografías y, por ende, para nombrar las tramas de subjetivación positiva. También es una pieza clave de la investigación que genera correspondencias entre los planos teóricos y metodológicos a partir de las prácticas en Facebook, en lo particular, y del conjunto de materiales documentales y etnográficos, en lo general.

Desde las fronteras de disciplinas como la física, la semiótica, la lingüística, la retórica, la semántica y hasta de la psicología cognitiva, el término “isotopía” fue recobrado por primera vez para referir un fenómeno textual por Greimas en *Semántica estructural*, esto como un esfuerzo para pensar la coherencia de sentido más allá de la frase, en la totalidad textual (1971, pp. 80-81) y como “norma semántica del discurso” (Grupo Mu, 1987, p. 80) cuyo efecto es que los mensajes sean comprendidos como un todo legible y significativo. Referido por Rastier (2005), Arrivé escribe: “considerada desde un punto de vista lingüístico-semiótico, la legibilidad de un texto está fundada sobre el concepto de *isotopía*: leer un texto es identificar la(s) isotopía(s) que lo recorren, y seguir, poco a poco, progresivamente, el (dis)curso de tales isotopías” (p. 135).

Por su construcción etimológica dicho término evoca la noción de identidad o semejanza (*iso*), por un lado, y la de un lugar compartido o pertenencia a un campo (*iso-topía*), por otro. Las dos definiciones que orientan el proceso analítico de este trabajo sintetizan estas evocaciones etimológicas. Rastier define isotopía en términos genéricos y lingüísticos como “la iteración de toda unidad lingüística” (2005, p. 115); una definición más instrumental y cercana a las preocupaciones discursivas de esta investigación es la de Greimas (1973):

Entendemos por isotopía un haz de categorías semánticas redundantes que el discurso considerado implica y que cabe explicitar mediante el análisis, puesto que operan en la manifestación del dicho discurso como sus *presupuestos*. Una misma constelación de presupuestos puede manifestarse en dos o más discursos: diremos que estos discursos se mantienen en la *misma isotopía*, aunque sean *heteromorfos* o no isomorfos [las cursivas son del texto original]. (p. 6).

Así, por principio, la lectura y organización de las prácticas comunicativas textuales recuperadas tienen como objeto la clarificación de los presupuestos o isotopías que subyacen en cada uno de ellos (allende la *forma* comunicativa que adoptan como texto escrito, gráfico o audiovisual), los atraviesan y agrupan mediante las categorías semánticas afines. De este modo, como se ha anunciado antes, en el conjunto de prácticas de comunicación textual recuperadas, hay distintas e identificables regularidades semánticas como consejos acerca de la importancia de vivir el presente, de resistir, de soñar, consejos que frecuentemente implican una tensión narrativa en la que el “yo” es relatado de manera heroica, y que simbólicamente sostienen los ideales de la precarización o de la noción que externar las emociones negativas es una manera de curarse de ellas y de sus efectos negativos en la salud.

Siguiendo la tipología de Kerbrat-Orecchioni referida por Rastier (2005, p. 140), divido a las isotopías en tres planos o niveles que antes ya han sido anunciados: enunciativas, narrativas y simbólicas; no son excluyentes entre sí, se implican unas con otras y dan cuenta de correspondencias teórico-metodológicas pertinentes. De este modo, en la medida “de que todas las prácticas sociales vinculan significado [y de que] todas las prácticas vinculan un

aspecto discursivo” (Hall, 2013, p. 73), considero que los diferentes planos isotópicos de las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal ofrecen un rastro tangible de las tramas de subjetivación. Las recurrencias en el tipo de consejo que se ofrece, en la manera de relatar y en los supuestos simbólicos sobre los que se naturaliza la información proporcionada, son signos desde donde puede detectarse e interpretarse cómo se concreta discursivamente el pensamiento positivo y, al mismo tiempo, cómo las personas se subjetivan mediante la apropiación y reproducción discursiva de este tipo de pensamiento.

En el plano enunciativo agrupo las tramas de aquello que pertenece al plano de lo dicho por los agentes de la mejora personal. Parafraseando a Castells (1999, p. 32), los agentes dejan marcas textuales a nivel declarativo de consejos que suscribe tácita o explícitamente, y a través de los que da cuenta del sentido holístico que ofrece a la propia experiencia del cuidado de sí. De este modo, en el plano de lo dicho, el perfil subjetivo de los agentes se delinea entre seis tramas que dan cuenta de consejos que suscriben mediante la divulgación, curaduría o creación. Las denominaciones de las tramas que he empleado para este, y para los siguientes planos semánticos, quieren preservar el tono exhortativo que tienen los mensajes del *corpus* y son un marco que contiene el núcleo de sentido de cada consejo. El universo de consejos lo he sintetizado en seis regularidades enunciativas: “Sé feliz”, “No dejes de soñar”, “Resiste”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar” y “Libérate”.

Sólo consignados e identificados, y pendientes para un trabajo posterior, los planos narrativo y simbólico completan el cuadro general de los procesos de subjetivación de los agentes de la mejora personal.

El plano narrativo está concretado en torno de las recurrencias en la manera en que el sujeto se cuenta a sí mismo que se infiere en las prácticas. Con el nombre “Contra viento y marea”, la única trama de subjetivación narrativa identificada congrega la noción de que el agente se presenta con las características de un héroe que atraviesa tácita o explícitamente –siguiendo a Apodaka (2011)– la victimización, concienciación, empoderamiento y resolución positiva o liberación espiritual de sí mismo. A través de esta trama, los agentes –vía la adherencia discursiva y hermenéutica al “yo narrativo” o consciencia del yo producida por el discurso

(Muñoz, 2013)– se relatan a sí mismos e interpretan su proyecto personal en una tensión histórica y social. Analíticamente se asume que es un instrumento expresivo para interpretar el proyecto de sí en tanto la forma de habitar comprensivamente el mundo.

Por último, el plano simbólico refiere *supuestos* abstractos de carácter social que naturalizan el contenido y la interpretación del mensaje, y que son actualizados mediante patrones connotativos que atraviesan el *corpus* de investigación y los diferentes materiales documentales y etnográficos construidos en la investigación. Identifiqué tres tramas que vuelven operativo al pensamiento positivo en el nivel simbólico de las prácticas de los agentes: “Sé tu propia obra de arte” refiere una constitución estética del propio “yo”; “Eres más si menos tienes” es la defensa de la precariedad en nombre de un fin trascendental y de autorrealización; y “Dilo, sánate” es el modo con el que refiero el extendido principio axiológico de que enunciar interioridades que se experimentan como dañinas es fundamental para restablecer el equilibrio emocional y la salud física.

Aunque la trama narrativa y las tramas simbólicas no tengan desarrollo descriptivo e interpretativo, su identificación ha sido una base importante para entrever que los procesos de subjetivación operan en diferentes dimensiones del discurso, son irregulares en sus manifestaciones y, en última instancia, ha sido también de utilidad para pensar a las tramas enunciativas como parte de un ecosistema cultural que echa raíces en perspectiva biográfica y por un conjunto de principios axiológicos que naturalizan los tipos de consejos que ofrecen los propios agentes.

Así pues, con base en los supuestos teóricos recogidos en el capítulo anterior y con los insumos metodológicos descritos en este, el siguiente capítulo presenta el ambiente cultural y caracteres subjetivos del agente de la mejora personal. Después, en el capítulo cinco, describo las seis tramas de subjetivación enunciativas detectadas: “Sé feliz”, “Despierta, sueña”, “Resiste”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar” y “Libérate”. Por último, en el sexto capítulo, empleando la imagen de “gurú” como recurso para describir la personalidad con la que se proyecta reflexiva y mediáticamente el agente, se plantea entender estas tramas como la articulación subjetiva de una propuesta dramática de autorrealización y

como discursos culturales actualizados por el pensamiento positivo, cuyo empleo sugiere que es una forma de espiritualizar la precariedad.

Capítulo 4

Horizontes positivos

Durante el curso de la investigación se hizo evidente un problema epistémico en la constitución de las tramas de subjetivación como objeto de estudio. Por un lado, la inquietud de tratar de entender qué discursos socialmente distribuidos sostienen y proyectan al pensamiento positivo y, por otro, estudiar esto desde la perspectiva situada de los propios sujetos que los reproducen, no desde el espacio abstracto de los repertorios discursivos para el cuidado de sí positivo que se reproducen en libros, películas o programas radiofónicos.

El resultado de este forcejeo ha sido la asunción del término “trama” en su acepción etimológica que recuerda al hilo horizontal que atraviesa, de un punto a otro, los hilos verticales en un telar, de tal modo que la trama logra que haya tensión y, en consecuencia, se genere una tela y los patrones visibles que hay en ella. Esta imagen donde la trama es producto de la tensión entre dos polos me ha servido para instrumentar la definición que Geertz (2003) hace de ellas como discursos que suministran patrones psico-sociológicos con los que los seres humanos le damos forma a nuestras experiencias. La imagen del telar y sus tensiones sugiere recordar que la trama es, en efecto, un fenómeno discursivo donde se encarnan dos planos abstractos: el de la cultura volviéndose concreta en los hechos humanos y el de la persona haciéndose sujeto en sus prácticas. En el caso de esta tesis, es un recordatorio de que en las tramas de subjetivación se concreta operativamente el pensamiento positivo y de que en ellas las personas se auto-producen como agentes de la mejora personal con base en un conjunto indeterminado de materiales discursivos disponibles que modelan el cuidado de sí desde el punto de vista positivo.

La conformación de este marco reflexivo, que apunta al espacio fronterizo donde lo personal y lo social se modelan, tuvo, entre otros efectos, el de procurar insumos de investigación que enriquecieran con contextos sociales y personales lo que de sí ofrecen las divulgaciones, curadurías y creaciones comunicativas mediadas por Facebook. De esta manera, entrevistas,

cuadernos de notas de campo y productos culturales recuperados fueron sumando imágenes sobre formas de ser, rasgos sociales o ambientes culturales integrados que dan perspectiva del universo sociocultural y del entorno vivencial del agente de la mejora personal. Así, Este capítulo intenta objetivar de manera vívida pasajes de dicho espacio fronterizo: el horizonte entre lo social y lo personal.

En términos prácticos, la lectura del conjunto de materiales investigativos derivó en un ejercicio de interpretación ideográfica en la medida de que, a partir del conjunto de signos inferidos, se comenzaron a dibujar regularidades que, más allá de las singularidades personales, perfilan imágenes fragmentarias de horizontes de la cultura y formas de ser positivos: expectativas laborales; maneras de ser mujer, joven, hijo o emprendedor; películas o lecturas recurrentes; ideas sobre la familia, el amor, la felicidad, el éxito o los problemas económicos; sobre la belleza y la catarsis; acerca de la búsqueda de sentido, de Facebook o la libertad.

El instrumento que empleo para dar forma a este conjunto de fragmentos es un recurso que se acerca a lo que en el argot fotográfico se alude como “instantáneas”. Empleada tradicionalmente para captar objetos en movimiento, esta técnica implica la obtención de una imagen mediante tiempos de exposición muy cortos. Me valgo de este símil para recrear y destacar rasgos subjetivos y sociales de horizontes positivos que han sido capturados, si no de manera azarosa, sí como hallazgos inesperados de una serendipia procurada por el posicionamiento teórico que fue consolidándose en el transcurso de la investigación. Con ellas, a manera de un montaje fotográfico, pretendo comunicar imágenes fragmentarias de formas sociales de ser del agente y de entornos teóricos y culturales.

Ahora bien, en el entendido de que en las técnicas de recogida y análisis de datos del método biográfico-narrativo “el investigador recrea textos, de modo que el lector pueda experimentar las vidas o experiencias narradas (y de que) las dos narrativas (la del investigador y la del participante) confluyen en una construcción narrativa compartida” (Bolívar, 2012, pp. 4-5), comprendo que las instantáneas pretenden replicar el principio de que, naciendo de una mirada analítica e ideográfica, son una reconstrucción compartida de caracteres subjetivos a

través de los que procuro que los lectores experimenten fragmentos de universos sociales y entornos vivenciales del agente de la mejora personal.

Por otro lado, este recurso me ha parecido un instrumento heurístico de vigilancia epistémica que hace eco y consolida el principio toral de que el sujeto de las tramas que estudio aquí no es unidimensional y que la categoría “agente de la mejora personal” no es una categoría *a priori*. Esto significa que los sustratos vivenciales de las instantáneas, me permitieron consolidar la noción de que la producción discursiva del agente –las tramas de subjetivación que operan al pensamiento positivo– se encuentra colocada en dimensiones sociales, culturales, biográficas o económicas que parecerían interactuar con ella; que el sujeto se auto-produce sobre la perspectiva de su multidimensionalidad y del menú de insumos culturales para el cuidado de sí que hay disponibles; y que las tramas de subjetivación positiva son, de hecho, procesos discursivos de esta auto-producción.

Así pues, presento 15 instantáneas. En el caso de que el texto sea acerca de uno de los sujetos entrevistados, he optado por omitir el nombre o referirlo sólo con la inicial. Además, al final de cada una propongo notas de lo que considero rasgos importantes para bosquejar el horizonte donde lo positivo y lo personal se traman.

Instantáneas

Instantánea 1

A D la conozco desde hace 27 años y me dice *maestro* o *máster* porque así le dice a los amigos. Sigue siendo la mujer confiada en la buena fe de los demás; ninguna vez la he escuchado decir algo en contra de alguien; es inteligente, ligera y divertida; cuando se ríe lo hace con ganas, a carcajadas. En su manera de vestir siempre hay algo que hace pensar en el *punk*: la ropa oscura y entallada, los lentes de pasta, el cabello largo, espeso y negro que contrasta con su cuerpo delgado y su blancura casi lívida; su actitud sin protocolos. Nunca la he escuchado hablar de su padre, su madre murió de cáncer en el 2011, se separó de su pareja en el 2015, vive sola con su hija adolescente y una comunidad variable de perros, gatos y otros animales domésticos. Trabaja en el zoológico de la ciudad desde hace 19 años; no le molesta utilizar uniforme y no se imagina haciendo otra cosa. Le interesa la fotografía y ha montado exposiciones de su trabajo. Desde que se separó comenzó a tomar cursos de diferentes tenores: cocina, ecología, tango; retomó cosas que había dejado de hacer: natación, yoga, andar en bicicleta; incluso está en un grupo de ciclismo de montaña con el que recorren parajes de Jalisco los domingos. No tiene pareja y está feliz cuando hace las cosas que le gustan. Su familia, dice, es de mujeres luchonas. Su abuela y su madre hicieron sus familias solas; ella se siente parte de esa estirpe, pero les reprocha que no hayan hablado, que no hayan sabido expresar lo que sentían. Va al terapeuta. Ella misma, ahora, sabe que tampoco lo hizo con su pareja, que aguantaba los enojos por la familia y por la calma en la casa. Ya no hace eso, ha aprendido a decir lo que piensa, lo que la hace sentir bien y lo que la molesta. Antes no le gustaba Facebook porque pensaba que era una pérdida de tiempo, sólo estaba en Instagram por aquello de que ahí se ven fotos bonitas; no obstante, comenzó a apreciar que en Facebook, sí, puedes tener miles de contactos pero que dentro de todos ellos está tu familia de lejos, tu puñado de amigos que se preocupan por ti y que saben quién eres; que puedes ver recetas de cocina o hacerte presente en la vida de las personas que aprecias. No le gusta publicar o comentar cosas de política o economía porque no sabría cómo hacerlo, pero sí publica cosas que le gustan: fotos con animales o de sus paseos en bicicleta, de pensamientos que la reconfortan.

Nota: El pensamiento positivo es lábil y se mezcla con facilidad en el relato biográfico sin que, necesariamente, aparezca el discurso de fórmulas o enumeraciones para la superación personal reconocido en la literatura de autoayuda. Aunque en la manera de hablar de sí mismo no es evidente que el discurso esté articulado mediante rastros del pensamiento positivo (se manifiesta un fuerte apego a la solidez y jerarquías laborales y familiares, por ejemplo), pareciera que algunas de las actividades emprendidas tras la separación conyugal han motivado un cuidado de sí permeado por estrategias ligadas al pensamiento positivo, sobre todo en lo referente a la necesidad de librarse discursivamente de aquello que podría perturbar la paz que ha logrado después de dicho acontecimiento traumático: no tanto por la distinción que hace entre ellas y la estirpe femenina de su familia, como por sus publicaciones en Facebook, donde se manifiesta que los “pensamientos que la reconfortan” suelen ser acerca de la necesidad de estar en equilibrio con uno mismo o de técnicas para estar en armonía corporal y emocional con el entorno.

Instantánea 2

“Siempre he buscado la manera de ser feliz; para ello es necesario que tome de manera correcta mis decisiones. Esto no quiere decir que nunca me haya equivocado, pero por mis pocas experiencias vividas he creado mi propio régimen para elegir entre las diferentes opciones que se me puedan presentar.

“Lo que influye en mi decisión está basado en mis valores inculcados pero que a lo largo de mi vida han sido modificados. Cuando te equivocas, aprendes y de ahí crean un nuevo criterio para evaluar lo que es bueno y lo malo para ti mismo.

“Alcanzar una decisión supone un proceso mental. El primer paso consiste en identificar el problema que se aborda, priorizar los objetivos además de evaluar cuidadosamente las ventajas y desventajas de cada medida, teniendo muy presente el objetivo final.

“Busco lo que más me convenga y sea mejor para mí, tratando de elegir soluciones efectivas que me afecten lo menos posible y que tampoco afecten a las personas que me rodean.

“Trato de no dejarme llevar por mis emociones, tratando de usar la razón. Cada decisión debe contemplar que el resultado se aproxime más a mis objetivos que mis propias complacencias, aunque a veces no me guste lo que decida.

“Para tener éxito considero que debes aprender de todo lo que te ocurre, ya sea bueno o malo, y que la toma de decisiones sea satisfactoria para que te conduzca a un buen camino.

“Cada persona tiene un estilo para decidir. Independientemente de si su estilo es lógico o creativo, el método debe ser racional y sencillo.”

(Extracto de un ensayo escolar cuyo tema fue “Decisión de carrera” escrito por Mariana González, estudiante de Ingeniería en Alimentos.)

Nota: Pese a que el texto posee una tonalidad cerebral y desapegada aparentemente lejana a la reconocida estrategia de persuasión emocional de la literatura de autoayuda, en términos de contenido aparecen dos características sintomáticas de la lógica terapéutica positiva: establecer a la felicidad como valor axiológico anclado en los ámbitos profesional y laboral (esto, explicado por el tema del ensayo) y el impulso por hacer conscientes y modelables procesos reflexivos y emocionales de manera que, como en este caso, una decisión personal como la elección de carrera se describe en pasos, a manera de instructivo: “El primer paso consiste en identificar el problema que se aborda, priorizar los objetivos además de evaluar cuidadosamente las ventajas y desventajas de cada medida, teniendo muy presente el objetivo final”.

Instantánea 3

“El clásico debate entre *nature* vs. *nurture*, o entre la importancia relativa de las características innatas frente a las adquiridas como forma de explicar los rasgos físicos o de

comportamiento que diferencian a los individuos, conduce con facilidad a posiciones simplistas que, en un extremo, limitan la felicidad al equipamiento genético con que cada persona viene al mundo y, en el otro, asumen que la felicidad depende solamente de los ambientes y experiencias en que se desarrolla el individuo.

“Los adelantos y descubrimientos de la ciencia permiten poner en perspectiva estas dos posiciones y observar que, en realidad, la felicidad es más compleja que eso y que, aunque la carga hereditaria juega un papel trascendental, son muchos más los factores que entran en juego para configurar lo que podría llamarse la “fórmula de la felicidad”, que, de modo sintético, podría expresarse de la siguiente manera:

$$\textbf{Felicidad} = \frac{\text{Emociones (Mantenimiento + Búsqueda + Relaciones Personales)}}{\text{Factores Reductores + Carga Heredada}}$$

“Las emociones son el multiplicando del numerador. Si la emoción es cero, todo lo demás también será cero. Ellas, a su vez, se multiplican por la suma de otros tres factores: la capacidad para invertir la energía en un mantenimiento adecuado de la vida, la habilidad para buscar la felicidad y el poder para establecer relaciones personales positivas. Como veremos, estos factores responden a la configuración misma de nuestra especie, pero dependen al mismo tiempo de nuestra habilidad para canalizarlos provechosamente. Ahora bien, en la parte inferior de la división se ubican los obstáculos para la felicidad; aquellos elementos que actúan en sentido contrario, limitando o impidiendo que alcancemos cotas altas de felicidad. Entre los factores reductores se destaca el miedo, cuya presencia socava directamente la capacidad de ser feliz; no en vano, algunos han aventurado que la felicidad es, ni más ni menos, la ausencia de miedo. Por último, el divisor de la felicidad se compone también por la carga hereditaria que el mundo nos impone, y que no se limita a la genética del individuo, sino que incorpora también el influjo de cargas culturales que vienen de tiempo atrás y ante las cuales nuestra capacidad de incidencia es infinitamente limitada.”

(Extracto de *El viaje a la felicidad* (2010), Eduardo Punset, divulgador de la ciencia. Autor referido en publicaciones en Facebook, conversaciones y en una de las entrevistas.)

Nota: La Psicología Positiva no monopoliza el discurso cientifizante sobre la felicidad; hay otras corrientes de la psicología vinculadas a la *Gestalt* o la Terapia Sistémica, el Neuromarketing, corrientes pedagógicas que privilegian la experiencia de la satisfacción antes que el aprendizaje o las teorías administrativas del *Management*, que son signos de un empuje disciplinario e institucional (al término forman parte de planes de estudio universitarios aprobados por instancias gubernamentales) interesado en transparentar y popularizar fórmulas simplificadas de la felicidad y la autorrealización. En este caso, Punset –sin complejizar el sentido de “felicidad” pues sólo es referido en términos biológicos como un “estado emocional activado por el sistema límbico” (2010, p. 47)– sistematiza a la felicidad como un conjunto de variables genéticas y culturales que la hacen transparente y replicable. Entiendo que esta forma de simplificar “científicamente” los lindes morales, filosóficos, sociales o subjetivos de la felicidad y, como efecto, de la autorrealización, es consumido y reproducido en dicho sentido: porque formula de manera asequible y comunicable una experiencia difícil de interiorizar y exteriorizar comprensivamente.

Instantánea 4

“Si el hablar no es de agradar, será mejor callar”, dice recordando las palabras de Tambor, el personaje de *Bambi*. Es estudiante de Relaciones Internacionales y piensa que en Facebook hay demasiada crítica; que en muchas ocasiones más que informarse bien y que generar el entendimiento y la discusión, lo que las personas hacen ahí es predicar el odio. A ella, por el contrario, le gusta ser un factor positivo, no sólo en Facebook sino en donde quiera que esté: que la gente se sienta bien en su compañía. Vive en Guadalajara con su hermana, quien también es estudiante. Es originaria de Puerto Vallarta, donde viven sus papás; su cabello es rubio, su apellido y la manera en que pronuncia algunas palabras hacen pensar que es extranjera. Vivió cuatro años fuera del país, particularmente en Canadá, donde estaba el internado en el que hizo su preparatoria: tiene amigos de múltiples nacionalidades, le gusta escalar, la nieve, el mar y los deportes acuáticos. Ahora es más fácil salirse de los moldes que antes: dejar de estudiar, vivir solos, viajar o hacer cosas como las que le gustan a ella. Su

mamá es hija de divorciados y se cansó de vivir con su padrastro; se salió de su casa a los 22 años y ello, aun siendo en el D.F., no fue fácil en términos sociales. Las libertades actuales, como las que ella dice que experimenta, se han ganado por el reconocimiento general de los derechos humanos; esta libertad la ha forjado como alguien responsable y con balance en su vida. Siempre que exista balance en uno mismo, la vida sucede fuera de la burbuja y de los moldes heredados. Por eso le gusta tanto escalar: se expone al límite, se avivan los sentidos y tiene que estar continuamente concentrada en lo que tiene enfrente de sí, en las posibilidades y en las decisiones que debe desempeñar con mucho cuidado. Cuando no sabe qué hacer, se detiene, respira y piensa. Lo mismo hace mientras conversamos.

Nota: Este retrato de un agente que divulga memes motivacionales sobre la capacidad de creer en uno mismo para resolver los retos muestra a un sujeto amable y crítico respecto de las formas sociales heredadas que, aquí, parecen emanar. Siguiendo a Ampudia (2007) y a Illouz (2014) la autoayuda tiene en nuestros días la función de los libros de “las buenas maneras” de antaño, puesto que provee códigos de comportamiento social idóneo (*mejor ser positivo que negativo*). No obstante, tal vez con más claridad, también codifica las experiencias al límite de los códigos sociales (la libertad de *salirse de los moldes heredados*, de exponerse al límite) como “estado de excepción” donde el valor supremo parece ser justamente liberarse de las trabas sociales e internas para tener un mejor desempeño personal.

Instantánea 5

J fue mi alumna en la carrera de Letras hace 9 años. Era aplicada y un poco mayor al resto de los estudiantes. También más seria y, aparentemente, más madura. De pocas amigas pero siempre juntas. Sus gestos y su voz son suaves; dan la impresión de ser un poco calculados. Prefiere que no la grabe. Es madre soltera de dos niños: uno de siete y una de cuatro. Hasta hace tres años vivía en la casa paterna con ellos, sus hermanos y su mamá; eran ocho viviendo en una casa con tres habitaciones por Jardines de la Paz. Recién adquirió un crédito para una casa en Tonalá y acaba de terminar de pagar su auto. Estudió una maestría en negocios que terminó por aborrecer: entró ahí para encarrilar y echar a andar proyectos personales pero

terminó enfadada, con más teoría que práctica, sin hacer nada de lo que quería y perdiendo el tiempo que podría haber dedicado a sus proyectos o a pasarlo con sus hijos. Con todo, la terminó. Le gusta que se hagan las cosas y que la gente se empeñe en ello: por eso le gusta Kiyosaky; uno está acostumbrado a recibir, pero ¿qué sucede cuando nadie te da?, ¿cuándo no recibes lo que mereces? “Agachas la cabeza y te conformas”. “La escuela te acostumbra a recibir y a hacerte una persona negativa; el emprendimiento es una mejor escuela porque te enseña a hacer”. Además de algunos trabajos temporales para completar el gasto, trabajó en una oficina de servicios al cliente durante siete años; era muy buena pero no lo apreciaban sus jefes: nunca la ascendieron, se salió ganando casi lo mismo que cuando entró y, además, terminaron abusando de ella. Tuvo que tomar riesgos porque ya no aguantaba ni a su trabajo ni a su familia. No veía cómo iba a educar a sus hijos. Comenzó a dedicarse a las ventas por catálogo y renunció a su trabajo; tomó y sigue tomando seminarios de emprendedurismo y de crecimiento personal. Allí ha hecho a sus mejores amigos: gente que, como ella, quieren trascender. Ya es distribuidora de productos de limpieza ecológicos. Se empezó a sentir mejor, a tener menos roces con su familia porque supo establecer límites, se acercó más a Dios. Recibe un poco más de dinero; sí, no constante, pero más: “ya no tengo miedo a arriesgarme por mí y por mis hijos”. Ahora la invitan a dar pláticas a grupos pequeños, incluso fuera de la ciudad o en el TEC de Monterrey. No le gusta Facebook porque pierde mucho tiempo en él pero es una manía la de ver qué dicen los demás. Le parece muy negativo que todo mundo critique todo, como si con ello cambiaran algo. Ella no publica para destruir, lo hace para construir.

Nota: El testimonio de este agente da cuenta de diferentes escenarios sociosimbólicos donde el pensamiento positivo opera para organizar discursivamente la biografía de los sujetos. Se identifica una narrativa heroica de sí mismo que atraviesa el periplo de victimización (el trabajo que hubo de soportar), concienciación (coincidente con los seminarios de emprendedurismo) y resolución positiva o liberación de las trabas emocionales y psíquicas (salir de casa, tener su propia empresa y poder hablar sobre motivación y emprendedurismo ante grupos de personas) que apuntan a la autorrealización personal. Además del sentido narrativo del relato biográfico, la resiliencia a entornos negativos, la necesidad de liberarse de las ataduras propias, la espiritualización y positivización de la precariedad son nudos que

articulan el contenido temático del relato de sí; es decir, el pensamiento positivo parece ofrecer un menú de maneras de tematizar y organizar la propia vida.

Instantánea 6

¿Te acuerdas de esa peli, Gabo? ¿La de La Playa? Sale Leonardo Di Caprio... Es un vatito chavo, de la edad de uno, que parece que dejó amigos, familia y trabajo, porque lo que él quiere es estar de viaje y estar maravillado; no pertenecer, no aferrarse a nada. Que al cabo todos se mueren y no nos llevamos nada a la tumba. Si acaso lo que se lleva uno son las memorias; para mí la mejor manera de hacerse de memorias chingonas es viajando. Llenarse los ojos de cosas hermosas; ya sé, no son viajes a otros países pero al cabo la sensación de agarrar la mochila y no saber cuándo regresarás es de lo mejor que he sentido. De eso es el final de la peli, de cómo esas memorias nadie te las quita, las llevas siempre contigo. Mi papá se enoja mucho por la manera en que llevo mi vida. Sabes, él es un señor que nunca ha hecho nada: me tuvo, se juntó con mi mamá, se divorció y trabaja todos los días en una oficina. Me regaña a cada rato porque el varo que me cae lo utilizo para viajar. Pero luego, el otro día, íbamos en el carro y le pregunté qué le hubiera gustado hacer de morro y me dijo que viajar. Ya ni le dije nada nomás por no hacerlo enojar.

Nota: Como en la muchas de sus prácticas comunicativas en Facebook, también en entrevista con “H”, agente de la mejora personal, el viaje aparece como figura simbólica de la búsqueda y el conocimiento de sí mismo, del desapego a las jerarquías sociales y económicas, de la libertad individual, y de la experiencia plena del presente que trasciende la vida. Son índices discursivos de la operación expresiva y hermenéutica del pensamiento positivo pues no sólo es que alrededor de ellos parece tejerse el sentido de autorrealización, es también que la precariedad se transforma en un instrumento estético y espiritual de trascendentalidad.

Instantánea 7

Es un grupo de 12 estudiantes y se las ha solicitado que elaboren presentaciones de sí mismos utilizando el proyector. Uno de ellos –que segundos más adelante comenzará con detalles de cómo los juegos de video, la estabilidad familiar, lo amigos, pensar positivamente y Dios son elementos que han conducido en su vida– se presenta como una persona feliz y como estudiante en sistemas. Él dice: “La gente nos apropiamos de lo que hay, de lo que tenemos a la mano, y tratamos de emplear eso para nuestro bien”. En ese momento, en la pantalla, parece una imagen de *Tetris* (figura 15), un *puzzle* que significó un hito en la historia de los videojuegos. Se define a sí mismo a partir de esa imagen: “A veces la vida es como un *Tetris*: con las piezas que caen al azar tienes que ser creativo e inteligente para ir construyendo tu vida”.

Figura 15. *Manejo de riesgos*

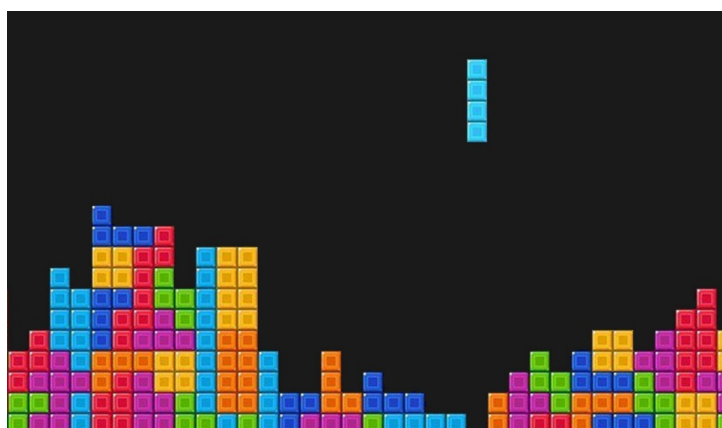


Figura 15. Captura de pantalla que muestra al videojuego Tetris como analogía de la construcción de la vida.
Fuente: Imagen de internet.

Nota: Entendiendo que el procedimiento del video juego *Tetris* es una analogía del manejo de riesgos, y visto que el objetivo de la exposición es presentarse a sí mismo, el hecho de que el sujeto elija describirse como alguien que vive bajo riesgos, y que además sea divertido, es sintomático de la normalización positiva de la precariedad y de cómo los sujetos solucionan autobiográficamente las contradicciones estructurales del sistema: por un lado, como sucede en el propio juego, se les exige un desempeño expedito en la toma de decisiones asertivas y eficaces y, por otro lado, no hay apoyos sistémicos para ello; el sujeto está solo en su reto de sobrevivencia.

Instantánea 8

“Estoy harta de que todo mundo me diga qué debo de ser y qué debo de hacer”, me dijo en alguna ocasión. Había estudiado Negocios Internacionales, cursos alrededor de Diseño de Modas y una carrera técnica en diseño y producción de calzado. No tenía un empleo pero esporádicamente vendía zapatos que fabricaba. Tenía una relación estable de más de cuatro con su novio, a quien conoció en la carrera: todos pensaban que se casaría con él pero estaba cansada de que no tuviera iniciativa para invitarla a salir y para emprender cosas juntos. Comenzaron a hacer ejercicio, a asistir a un club de oratoria y liderazgo *Toastmasters* y ella, por su parte, a un grupo de meditación y superación personal. Su mamá la estaba apoyando económicamente para abrir y sostener abierta una boutique en donde vendía su línea de productos y productos de diseñadores locales. Ella misma no atendía la tienda porque el chiste de tener un negocio es no ser auto-empleado, como apunta Kiyosaky. Fue en aquella época cuando me habló de su hartazgo. Semanas después de esa plática rompió definitivamente con su novio porque ya salía con quien se casaría en relativo secreto y se iría a vivir a otra ciudad; se recrudeció la mala relación con su familia. Se multiplicaron los viajes al interior del país con su nueva relación y seguía asistiendo al que le decía “grupo de meditación”. Una de sus hermanas asistió a una reunión de ese grupo; le dijeron que tenía “larvas astrales”²⁸ y se sentaron lejos de ella. Su mamá cortó el flujo de dinero que estaba destinado para su manutención y para pagar la renta del local; tuvo que abandonar la boutique y dejó arrastrando deudas en diferentes tarjetas de crédito. También se salió de su casa y cortó comunicación con su familia. Por Facebook daba cuenta de su nueva vida: continuaban los viajes, se casó en la playa y se fue a vivir a otra ciudad con su esposo; también publicaba numerosos mensajes acerca de los beneficios de la meditación, sobre la necesidad de desprogramar la mente de formas de conductas lesivas, de cómo en el núcleo familiar se

²⁸ Según la página *Triskelate* las “larvas astrales” son “una especie de *insectos* o *larvas* con energía negativa que contaminan el ambiente o aura y se alimentan de tu energía debilitándote y creándote vicios” (visto en <https://triskelate.com/larvas-astrales-como-detectarlos-y-limpiarlos>).

aprende a pensar con prejuicios y para obedecer, no para tener éxito y ser feliz. Debido al trabajo de su esposo se volvió a cambiar de ciudad. En la actualidad está en grupos de baile flamenco y danza polinesia; ya casi no publica en Facebook, salvo fotos de sus presentaciones. Se ha acercado de nuevo a su familia y ya no toma cursos de meditación. También publica artículos en una página de emprendedores digitales. Hace poco platiqué con ella; diseña y confecciona ropa y bolsos; había música y se puso a bailar con mi hijo de dos años. La veo más satisfecha.

Enseguida reproduzco extractos de uno de sus artículos. Acompañado de fotos de su ascenso al Popocatepetl, el texto ofrece un símil de las dificultades de subir una montaña con las dificultades de emprender un negocio exitoso. Tiene un epígrafe Tony Robbins: “Establecer metas es el primer paso para transformar lo invisible en visible”; se titula “Escalar la montaña del éxito: reflexiones de una emprendedora”:

“En días pasados tuve la oportunidad de escalar por primera vez un volcán, fue una experiencia increíble que quedará en mi mente como una de las mejores en mi vida, sin duda alguna lo volvería a repetir y buscando un reto aún mayor, una montaña o volcán más grande. Es nuestra naturaleza humana, estar siempre en búsqueda de algo más, un impulso que nos da grandes satisfacciones como una insatisfacción constante. La clave es llegar a un equilibrio entre las dos partes, siempre el equilibrio es la clave. Lo han escuchado en muchas ocasiones y yo lo voy a repetir muchas veces en mis artículos, pero en esta ocasión contaré mi experiencia en el volcán y cómo se relaciona con el éxito en los negocios.

(...)

“La subida al volcán llevó horas de caminata constante y en silencio, en ese tiempo pude meditar acerca del proceso para un negocio exitoso, cada paso que daba era un paso menos para la cima, la admiración por el panorama consumía mi pensamiento y olvidé el dolor de mis piernas, estaba enfocada en mi meta pero disfrutando enormemente el camino. Aunque cada quien iba a su paso siempre había puntos de reunión, es importante no separarte de la vereda y del grupo por mucho tiempo; como la caminata, cada negocio tiene su ritmo,

requiere de práctica para detectarlo, presionarlo y llevarlo a marchas forzadas, así como ir demasiado lento va a llevar al mismo resultado; derrota segura.

(...)

“Como era de esperar, antes de llegar a la cima se complica más la subida, la visión está despejada, los árboles cada vez son menos y solo veía la punta más alta tan clara que parecía tan cerca que sentía que ya lo había logrado, pero estaba lejos; de hecho iba a la mitad del camino, esa parte aparentemente cercana fue la que se le dedicó más tiempo por el camino arenoso: caminaba dos pasos y regresaba uno. En los negocios sucede lo mismo, ¿a cuántos no nos ha pasado que justo cuando pensamos que lo logramos nos damos cuenta de que apenas estamos empezando? Algunos toman la decisión de dejar su negocio en la zona segura, que es muy respetable, te puede dar una vida tranquila y confortable, pero siempre tendrás la duda de hasta donde pudo haber llegado, así que, el camino arenoso es solo para los que están listos a aventurarse en terreno desconocido, incierto y que probablemente te lleve a donde estabas en un principio. Nunca lo sabrás hasta intentarlo.

(...)

“En los negocios siempre hay momentos en que las cosas parecen estar mal, pero con conocimiento, puedes levantarte de cualquier problema, minimizando el daño y preparando estrategias para volver a empezar. Utiliza tus recursos de forma inteligente, una caída no es el fin de tu negocio, sólo es un tropiezo que puede darte los conocimientos necesarios para no volver a caer. Lo importante es siempre seguir adelante.” (Recuperado de <https://www.emprendedor.digital/escalar-la-montana-del-exito-reflexiones-de-una-emprendedora/>)]

Nota: Tanto el relato biográfico como el artículo son, en distintos sentidos, representaciones discursivas acerca de las tensiones que el individuo atraviesa con sus entornos (sociales, familiares, económicos o empresariales) y de cómo las interpreta y resuelve positivamente. En el plano biográfico, la codificación de los entornos caracterizadas a partir de la interpretación de las políticas empresariales ideadas por Kiyosaki y el detalle discursivo de

las “larvas astrales”, como vehículo para clasificar la idoneidad de establecer relaciones interpersonales con tal o cual sujeto, apuntan a que el pensamiento positivo –como sucede con cultos o religiones– es un vehículo epistémico para tematizar, problematizar y resolver las tensiones que los individuos tienen con las estructuras sociales. Por otro lado, el simbólico ascenso al volcán, anuda el destino personal con el destino del alumbramiento empresarial y es además una lección *in situ* del empleo adecuado de recursos para mejorar el rendimiento personal en entornos adversos.

Instantánea 9

“Es comprensible que las personas le echen la culpa a algo externo por sus desgracias o que dejen en manos de “extraños” situaciones donde se requiere pensar para posteriormente actuar, pues es más cómodo y más fácil quitarse responsabilidades y no hacer nada para mejorar la situación. Por poner un ejemplo, ¿qué pasaría si se dijera que una enfermedad llevó un proceso previo donde primero se vibró o se sintió, se nos avisó que algo estaba mal en nosotros, pero al no haber hecho caso se materializó y se hizo físico? Menciono esto porque es muy común relacionar la felicidad con la salud, además de que es un excelente punto de partida, pues es un claro ejemplo de cómo nos quitamos responsabilidad y dejamos que otros realicen todo.

“Todos los pensamientos pasan a ser emociones, afectando a nuestro ser, a cada parte de nuestro cuerpo, a cada célula. Aunque esto pueda sonar a falacia para algunos, existimos otros que estamos convencidos de que cada quien crea su realidad (hasta una enfermedad). O, ¿por qué en una misma situación donde están involucradas varias personas, cada una tuvo una perspectiva diferente del hecho? ¿Por qué cada quien respondió de diferente manera? Simplemente porque cada quien decide cómo vivir. Realmente es muy controversial exponer estas cosas, se estaba acostumbrado a que lo que alguien dijera sobre algo era la verdad y no se cuestionaba para nada; sobre todo si ese “alguien” se llama religión. Pero el mundo está cambiando, y no es una tendencia o una moda que esté ocurriendo (como muchos lo ven), sino que de verdad está existiendo una evolución de conciencia y creo yo que no

podemos quedarnos atrás y seguir con la misma idea de un “Dios castigador” que nos hace todo. Es entendible y se respeta el ritmo de cada persona, pero si nos resistimos a cambiar, la vida nos obligará a hacerlo”

(Alejandra Hernández, estudiante de quinto semestre de Ingeniería en Biotecnología en un ensayo cuyo tema genérico fue “La felicidad”).)

Nota: Aunque las “vibras” sean constantemente referidas (en el *corpus* y en conversaciones casuales) como un signo suprasensible que condiciona las relaciones sociales o interpersonales (“tiene buena vibra”, dicen), en este caso el sujeto eleva las “vibras” (“¿Qué pasaría si se dijera que una enfermedad llevó un proceso previo donde primero se vibró o se sintió, se nos avisó que algo estaba mal en nosotros, pero al no haber hecho caso se materializó y se hizo físico?”) a una realidad suprasensible que organiza las relaciones del individuo con el universo: trasciende metafísicamente a los sujetos y a la materia de tal modo que los pensamientos y emociones tienen masa y aparecen como un puente vibrátil entre el universo y las células del cuerpo humano. Tal vez en ese sentido es que se convierte en, este caso, en un estandarte de una nueva manera de entender la religiosidad más allá de Dios; una donde lo cultural se reconfigura en formas menos rituales y más individuales.

Instantánea 10

Es un abogado de 46 años que trabaja en un despacho de manera independiente: a cambio de llevar juicios propios del despacho, se le facilita un espacio para que él lleve sus propios clientes, cuya mayoría tiene que ver con testamentos y cesiones inmobiliarias. Salvo su pareja, no tiene familia directa. Aunque hace años el trabajo le dio lo suficiente para ahorrar hasta medio millón de pesos, la prolongada enfermedad de su madre y la sensible baja de su cartera de clientes debida a que los abogados más jóvenes cobran mucho menos, han provocado que ahora viva al día. No cuenta con ningún tipo de seguridad social y renta con su pareja –quien tampoco tiene seguridad social en la agencia de publicidad donde trabaja como asistente– una casa muy cerca del CUCSH de La Normal. Lo conozco desde hace 30

años, en la preparatoria. Rara vez habla de su padre, a quien sólo veía cuando los visitaba a él y a su mamá en una casona húmeda y céntrica los sábados por la tarde. Su madre estuvo en cama durante 5 años y murió en el 2008. La relación con su pareja es de 21 años; cuando la enfermedad de su mamá la postró en cama ella prácticamente se mudó con ellos para apoyar en su cuidado; desde entonces han vivido juntos. No tienen hijos y desean dejar de trabajar en lo que hacen para poner una tienda de abarrotes en el pueblo de la familia de ella. No han logrado ahorrar. Él es voluminoso y barbón; las caminatas rápidamente provocan que sude mucho y que le falte el aire; a pesar de su tamaño se ve frágil. Admira a Porfirio Díaz, es un conocedor de la historia de México, y recita poesías de Manuel Acuña y Gutiérrez Nájera de un jalón. Se enganchó a Facebook por *FarmVille*, el popular juego *online* vinculado a la red social; después encontró páginas dedicadas a temas jurídicos, de charrería, de historia de México, de numismática, de armas, de consejos para reparar cosas en el hogar y de emprendedurismo. Todas ellas las divulga con frecuencia. Le dije que, desde mi perspectiva, su página de Facebook se parece mucho a él; me corrigió: “No, no se parece a mí, soy yo”.

Nota: Dentro del conjunto de agentes identificados en mi red social lo que parece normalizado es que los agentes empleen discursivamente el pensamiento positivo en referencia a distintos temas: el amor, la libertad individual, el trabajo, los viajes, las relaciones de familia, la salud o la condición de ser mujer, por ejemplo. En el caso del agente entrevistado, esto no sucede; su agencia positiva de mejora personal parece constreñirse al tema del emprendedurismo (eso sí con la salvedad de una divulgación cuyo tema es la reconfiguración de los modelos familiares a partir de la precariedad laboral) que –con base en la resiliencia, el autoconocimiento y la mejora del gasto simbólico de sí mismo– surge como una opción educativa sistémica para moderar la precarización social de los individuos.

Instantánea 11

Sí, ya sé que el tatuaje parece una Z o una N pero en realidad es un signo de “desigual”. Chris Martin, el cantante de Coldplay, tiene un signo de “igual” como para decir que todos somos seres humanos, que somos iguales en ese sentido. Yo me puse este no para decir que

no somos iguales, como en una onda racista; más bien es para recordarme a mí mismo que cada quien hace la diferencia y que soy diferente. Te digo, hace tiempo iba en el carro de mi jefa y había una llanta en medio de la calle; pensé que eso era muy peligroso y que alguien debía hacer algo, pero yo no hice nada y, ya ves, te llevas esa espinita el resto del camino. Después iba con la que era mi novia y al dar vuelta tuve que esquivar una piedrota que estaba estorbando; ahora sí me hice a un lado, me estacioné y fui a mover la piedra. No es una acción así que qué fregón, pero es algo pequeño que tenía que hacerse y lo hice. Cada quien puede hacer el cambio en sus propias trincheras. Luego también me puse el tatuaje porque he escogido un estilo de vida diferente. Ahorita tengo 28 años y quiero lo que hago; no sé qué va a pasar cuando tenga 35 o 40: si voy a sentar cabeza, con un trabajo estable, con esposa, con hijos y toda la onda. Eso ya me tocará resolverlo cuando tenga que hacerlo. Al principio esta diferencia fue algo medio impuesto o al menos así me sentía yo: mis jefes me tuvieron por compromiso, nunca se casaron y se separaron luego y luego. Estuve en un montón de escuelas y de ciudades donde nunca me terminaba de acomodar. El ITESO fue la primera escuela que hice desde el principio hasta el final (aunque todavía no haya salido, pues; me tienen bien agarrado por la deuda) pero, igual, ya sabes que no deja de ser una escuela de élite y los morros, en general, todavía están bien preocupados por el celular que traen, por subir fotos de sus pedas, por hacer viajes chingones en cruceros y cosas así. Entonces está chido ser diferente, que te preocupen otras cosas, que viajes solo, sin lana y sin tener un itinerario hecho. Más o menos así es mi vida.

Figura 16. Pensamiento positivo como herramienta para sostener la imagen de sí mismo.



Figura 16. Tatuaaje del agente “H” que simboliza “diferencia”. Fuente: Fotografía tomada por el investigador.

Nota: H publica de forma constante sobre la necesidad de experimentar el presente de manera plena, de liberarse de las trabas internas y de la urgencia de aprender a sentir y a pensar para ser felices; mucho de ello se sintetiza en sus prácticas comunicativas que hablan o representan reflexivamente su comprensión de la experiencia de viajar: cuando se viaja solo, con poco equipaje y poco dinero, aparece el presente, se experimenta la libertad y la imagen de uno mismo es más diáfana. Eso (y el hecho de hacer lo que *debe* hacerse) es lo que, para sí mismo, lo distingue de los demás. En ese sentido, el pensamiento positivo es una herramienta que ayuda a acceder, construir y sostener la imagen que uno tiene de sí mismo.

Instantánea 12

Pantalla en off: “Rompe las paredes de la mentalidad tradicional, inyéctate calidad de vida... Vive!”

(En un auditorio, Marco Antonio Regil (MAR) escribe “Pobres” en un rotafolio)

MAR: “¿Cómo piensan los pobres?” ¿Están listos?

Público (P): ¡Sí!

MAR: Sí, bueno.

Los pobres dicen: “La responsabilidad de que cambie México es del Gobierno y la responsabilidad de que el día en que yo me retire todo esté bien es del Seguro Social, porque el Gobierno es el responsable”. Y si eres pobre, así te enseñan a pensar, ¿ok?

Ahora la gente pobre también dice: “La responsabilidad de mantenerme, además del Gobierno, me tiene que mantener es...” ¿quién? Exactamente, “mi familia, mi papá, mi mamá”; o te dicen: “Cuando te cases ten muchos hijos para que cuando sea grande...” ¿quién te mantenga? Tus hijos. O te dicen: “Mijita, lo mismo te cuesta enamorarte de un pobre que de un rico, cástate, es buen partido, para que él te...”

P: ¡Mantenga!

MAR: ...”te mantenga y me mantenga a mí también”. ¿Y cuándo le cobras a tu familia qué hacen?, ¿te pagan?

P: ¡No!

MAR: ¡Se enojan! Exactamente. “¡Ay, ya te cambió el dinero, tú y tu maldito dinero!”

¿Saben por qué se enojan? Porque están entrenados mentalmente a que es tu obligación mantenerlos, porque esa es la forma de pensar de los pobres.

La otra fórmula de los pobres es: sale la Tesorito en la televisión y dice: “¡Ora vas a ver mijitos, vamos a rezarle a la virgencita para ganarnos la...”

P: ¡Lotería!

MAR: ¡La lotería! Exactamente, ¿no? No estoy diciendo que jugar a la lotería sea malo. Si lo haces por lo que es, por diversión, si lo haces por lo que es, un juego y “si me gano la lotería a todo dar”, es una cosa. Pero, si tú estás visualizando que la única forma de tener la

vida que quieres, la casa que quieres, el carro que quieres, la vida que quieres, los viajes que quieres, es el día que te ganes la lotería, entonces estás en la mentalidad... ¿de quién?

P: ¡De un pobre!

MAR: ...de un pobre. Esta es la mentalidad de los pobres (Señala un pizarrón que dice: Pobres- Gobierno (SS), Familia, Lotería).

La clase media tiene otra fórmula, ¿quieren que les diga cómo? La clase media lo primero que piensa es: Tienes que ir a la...

P: ¡A la escuela!

MAR: ...tienes que ir a la escuela, y en la escuela el objetivo es que saques buenas calificaciones, y si así lo haces, la promesa es que vas a conseguir... ¿qué?

P: ¡Trabajo!

MAR: ...un buen trabajo o un trabajo seguro, ¿no? Es la palabra favorita de la clase media: “Seguro”, “Un trabajo seguro”. Y luego te dicen que con el dinero que ganes “vas a ganar muy buen dinero en el trabajo.” (ríe) Pero, bueno... “vas a ganarlo”, dicen, y con lo que salga de ahí lo primero que tienes que hacer es...

P: ¡Ahorrarlo!

MAR: ¡Ahorrarlo! Exactamente, ahorrarlo.

Ahora, *El juego del dinero*, Robert Kiyosaki nos dice que lo puedes hacer desde cuatro lugares. Este es el cuadrante del flujo del dinero (señala un pizarrón con una cruz a modo de plano cartesiano). Puedes ganar dinero jugando como... (dibuja una E) ¿Qué será la E? “Empleado”. Díganlo fuerte (la figura 13 al final de esta instantánea ilustra el resultado del “cuadrante del flujo del dinero” que aquí comienza a explicar Regil).

P: ¡Empleado!

MAR: Puedo ser también un... (Dibuja una A)

P: ¡Autoempleado!

MAR: ...autoempleado. Este es el que cree que tiene negocio, pero es autoempleado. Es el doctor que dice: “Yo soy dueño de la clínica, soy dueño del negocio”. ¡No! Sí tienes que ir a operar todos los días eres autoempleado. Si tienes una tienda en la esquina, una limpiaduría, tintorería, lavado de autos, y tienes que estar ahí todos los días operándolo, ¡no eres dueño de negocio, eres autoempleado! O puedes entrar en la clasificación de pequeño negocio o pequeña empresa; sí, y es muy valioso, pero no eres dueño de un negocio. El dueño de un negocio (dibuja una D) es aquel que hace dinero cuando está dormido, literalmente dormido o está de vacaciones. Y luego, puedes jugar también como (dibuja una I) ... Inversionista, ¿ok? Entonces, repitan todos, puedo jugar como ¿qué? (señalando el pizarrón) ...

P: ¡Empleado, Autoempleado, Dueño, Inversionista!

MAR: ¿Y dónde están los pobres? ¿y dónde están los ricos? (escribe “Pobres” a la izquierda, arriba de E y A, y “Ricos” a la derecha arriba de D e I) ¿Dónde se hace más dinero? del lado derecho, y aquí es donde se genera el dinero; ya se los dije hace rato... aquí (Señala D e I): aquí se estaciona el dinero, se reinvierte, aquí se genera el dinero. Lo pobres que viven de este lado suman y restan, ¿por qué? Porque de este lado (E y A) necesito trabajar. Ya les di la respuesta, si quiero más dinero necesito...

P: ¡Trabajar!

MAR: Sumo dos trabajos, tres trabajos, horas extras. Aquí entiendan una cosa, de este lado lo único que puedes hacer es trabajar más. Y es lo que nos enseñan: “¡Échale ganas, trabaja duro!”. Le digo a mis compañeros en Televisa a veces: “¿Cómo está?” “No, pues vengo llegando, me fui y el avión y no sé qué, y no he dormido en tres días...”. Y me dicen: “Oye, pero dale gracias a Dios que hay chamba, ¿no?” Y sí, sí, no me malinterpreten. Le doy gracias a Dios que hay chamba, y que tengo mi trabajo que me gusta mucho y lo adoro, lo amo. Pero más bien le pido a Dios que me enseñe cada vez más la educación financiera que me dé las herramientas para poder hacer dinero sin tener que andar de un avión a otro, porque también me quiero casar algún día, y quiero tener hijos, y quiero tener un perro, y quiero tener vida.

¿Me explico? Y si estás trabajando todo el tiempo... ¿tienes más de eso? ¡No! ¿Qué es lo que tienes? (Señala el signo de menos)

P: ¡Menos!

MAR: ¡Menos! Porque entre más trabajas tienes menos calidad de vida; mientras más trabajas ves menos a tu esposo o a tu esposa; mientras más trabajas ves menos a tus hijos; mientras más trabajas hablas menos con Dios; mientras más trabajas haces menos ejercicio; mientras más trabajas haces menos tinguiriringui anganguingui matandito, el mañanero, como decía el diputado aquel que no se quería levantar temprano en el cambio de hora. Mientras más trabajas tienes menos calidad de vida. Pero, de este lado (el izquierdo de E y A) no hay otra opción, es trabajar duro. Porque de este otro lado (el derecho de D e I) lo que sucede es (escribe) divides y multiplicas. ¿Quién paga más impuestos?, ¿los del lado izquierdo o los del lado derecho?

P: ¡Izquierdo!

MAR: Izquierdo, obviamente. Porque la economía se genera del lado derecho. Un verdadero dueño de negocio toma una idea, digamos un producto, una idea, un servicio, algo. Y los ricos usan los recursos de otros, ¿se acuerdan? RDO [sin contexto en el video]. Porque si yo, de este plumón, logro hacer una franquicia o compro una franquicia o abro una franquicia o entro al negocio del mercadeo en red o etc., etc., el dinero se va a estar haciendo en Tijuana, en Veracruz, en Mérida o en el D.F., aquí o allá, en cincuenta en 50, en 100 o en 300 sucursales todo el día, aunque to esté de vacaciones. Entonces, el Dueño de negocio divide y multiplica, y el Empleado y el Autoempleado suma y resta, son dos operaciones completamente diferentes. Ahora, ¿es más difícil hacer esto? (señala a D e I) Sí, ¿requiere más preparación? Sí, ¿requiere ser valiente? Sí.

P: ¡Sí!

Figura 17. Fotograma de una conferencia de Marco Antonio Regil sobre los puntos medulares de la guía de cultura financiera de Robert Kiyosaki.



Figura 17. Fotograma de conferencia de Marco Antonio Regil, promotor de la asociación Rich Dad en México (asociación surgida en torno de los principios de cultura financiera creados por Robert Kiyosaki). En él aparece el “cuadrante del flujo del dinero”. En la columna de la izquierda se figura cómo aquellos que piensan como pobres son empleados (E) y autoempleados (A); ellos suman y restan. En la columna de la derecha se figura cómo aquellos que piensan como ricos son dueños (D) e inversionistas (I); ellos dividen y multiplican. El video data del 2009 pero se hizo viral en 2014; se divulgó entre agentes de mi red social y, además, la referencia a Kiyosaki es recurrente en diferentes materiales etnográficos. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=JJM-PuwXmEA&sns=em>.

Nota: Referido en entrevistas, en los salones de clase y en prácticas comunicativas de Facebook, Robert Kiyosaki, empresario y orador motivacional, representa uno de los autores fundamentales en la educación y normalización del emprendedurismo como estrategia individual para afrontar la desaparición de las seguridades sociales y la precarización vinculadas a las políticas económicas y empresariales del neoliberalismo. Amén del tono infantiloides con que Regil trata al auditorio, destaca la noción central de las ideas del autor de origen japonés: pensar como empleado (y lo que ello significaría en términos de seguridades sociales) es pensar como pobre; o, dicho de otro modo, el pobre está pobre porque quiere. Las condiciones estructurales desaparecen y no tienen relevancia alguna; la responsabilidad de la sobrevivencia económica y social recae exclusivamente en los individuos y su capacidad para administrar sus recursos.

Instantánea 13

“Yo no creo en el pensamiento positivo, es como irse al mundo color de rosa; a mí me gusta más hablar de pensamiento proactivo”, dice E mientras la mesera nos deja los cafés. La conozco desde que estudié comunicaciones en la UNIVA, a principios de la década de los noventa. Se casó con el novio que tenía desde entonces; tuvieron dos hijos y numerosas separaciones hasta que en el 2013 finiquitaron su divorcio; ella vive con sus hijos. Además de las esporádicas reuniones de la generación universitaria, entre el 2014 y 2015 nos comunicamos en diferentes ocasiones a través del *chat* de Facebook porque ella me pedía que le aconsejara lecturas de Heidegger, de Foucault, de hermenéutica o de historia de la filosofía del siglo XX con temas específicos de por medio. Es chaparrita, tiene ojos grandes y oscuros; sus gestos son suaves y tiene tacto para elegir las palabras y desmenuzar lo que piensa. Además de comunicóloga, es hipnoterapeuta, hizo una maestría en programación neurolingüística (PNL) y actualmente está estudiando “*coaching* ontológico” (una especie de PNL que –basado en la interpretación de Maturana, Austin y textos de antropología filosófica– se aboca a la reinterpretación y transformación personal u organizacional a partir de la idea de que el lenguaje y sus códigos de comunicación crean nuevas realidades hacia afuera y hacia el interior de los individuos). Le asombra el poder de las palabras; de cómo estas impactan de manera que las personas se transformen positiva o negativamente. Trabajó en *Mary Kay* diez años: allí le sorprendía ver cómo las mujeres podían “perder la consciencia de sus actos y poner en peligro su patrimonio”. Poco a poco fue dándose cuenta de ello; le exigían cuotas de producción: “No crecí mucho porque cuidaba a mi gente”. En la actualidad da cursos de PNL, de capacitación en empresas respecto de “habilidades blandas” (comunicación, organización y ventas) y *coaching* para ejecutivos, directivos, equipos u organizaciones. El PNL le ayudó mucho a entender y sortear los problemas de su separación; no aplica esta técnica todos los días todo el tiempo, pero se da cuenta de que le va mejor y tiene más control de sí misma cuando sí lo hace. Tiene dos páginas de Facebook: una *fanpage* vinculada al Centro Mexicano de Programación Neurolingüística, donde escasamente publica, y la personal. En la personal antes publicaba conforme a sus estados de ánimo, pero ahora tiende, por un lado, a ver a la red social como una estrategia personal y empresarial para construirse un perfil más cercano a su labor; por otro, para tratar de retar el pensamiento

de quienes la leen, pues se ha dado cuenta de que mientras más redes a las personas, más *likes* recibes. Ha divulgado memes o frases atribuidas a García Márquez, el personaje cinematográfico Rocky Balboa, Bert Hellinger (teórico de las constelaciones familiares) o Anthony Robbins.

Nota: El dispositivo epistémico positivo opera como rizoma en indeterminados horizontes teóricos que se complementan, traslapan e, incluso, se experimentan como opuestas. “Vibras”, “física cuántica”, “hipnoterapia”, “cienciología” “constelaciones familiares”, “emprendedurismo”, “coaching”, “esquemas piramidales de negocio”, “psicología positiva”, “programación neurolingüística” o “neuromarketing” están soportados por la lógica terapéutica de la concienciación, depuración y programabilidad de los procesos espirituales de los sujetos en aras de la autorrealización. En este caso, E –especialista en PNL y *coaching*– es crítica tanto del “pensamiento positivo” como del modelo de negocio en red de *Mary Kay*.

Instantánea 14

Face es para monitorear el mundo, al menos el mío. Me la paso leyendo noticias, reportajes, artículos de todo tipo; veo fotografías de lugares chidos; veo las vidas de mis allegados: qué hacen, cómo viven, a dónde van. Y qué te digo, ahorita estoy desempleado y toooooo el día estoy en la computadora, la mayor parte del tiempo en Facebook, de menos seis horas, pero también de repente me salgo para ver Netflix. Ya sé, es un montón de tiempo. La gente se queja, yo también lo hago porque de a ratos se pone bien enfadoso, pero en realidad lo disfruto porque ahí te entretienes, exploras, te comunicas con otros, te enteras de cosas relevantes, lees pensamientos o poemas que te pegan. Es un eje de contenidos que, ya cada quién, toma como quiere. Contenidos que te ayudan a darte una mejor idea de lo que pasa con nosotros mismos y con la sociedad. Ahí están Vice, Cultura inquieta o Playground; también Desinformémonos, Mural, Carmen Aristegui, poetas urbanos o poetas ya más viejos como Benedetti, Sabines, Galeano. Es un lugar donde ves los picos de un montón de icebergs que luego puedes profundizar si quieres; googleas para confrontar datos, para verificar o enriquecer lo que se dice, para generar tus propias ideas. Ves una nota que te parece

sospechosa de SDP Noticias y luego la comparas con lo que dicen en otros medios; lees unos versos que te laten y luego vas y buscas el poema completo. Facebook es un mundo bien loco y anárquico que camina solo; una pecera donde puedes observar toda la complejidad social, toda la gama de extremos de personas y personalidades: gente súper estudiada, gente que no sabe ni escribir su nombre, mujeres y hombres celosos, personas que llevan una doble vida, que espían a otros, personas que se exhiben y gente que no dice nada. A mí me late más la gente inteligente, la que tiene ruidos en la cabeza: inconformes que les gusta retar a las formas de pensar que ya están hechas a sus zonas de confort. Por mi parte, trato de publicar cosas que siembren una semilla de reflexión: cuestiones sobre el viaje, sobre política, sobre ser joven, sobre cosas que leo en línea; cosas que, desde mi perspectiva, despierten la consciencia de las personas, del público que nos lee.

Nota: H se presenta como agente de la mejora personal y a Facebook como medio para formarse y formar opinión. Si por un lado es un sistema para tomar el pulso noticioso, social e interpersonal del mundo propio, también es una plataforma idónea para reproducir el pensamiento positivo, el que *siembra una semilla de reflexión y despierta la conciencia de las personas.*

Instantánea 15

Tony Robbins: I'm not your guru (Berlinger, 2016) es un documental que retrata la dificultad técnica (logística y terapéutica) y las transformaciones personales de un puñado de los más de 2500 asistentes al seminario de superación personal de seis días *A date with destiny* (<https://www.tonyrobbins.com/events/date-with-destiny/>), conducido por Robbins, que tuvo lugar en diciembre de 2015 en Boca Ratón, Florida. El extracto que enseguida transcribo corresponde al cierre del evento; lo hago por la fuerte carga simbólica con que se desarrolla, porque este personaje es constantemente referido en el *corpus* textual y porque me parece un ejemplo conciso que escenifica procedimientos significativos de la lógica terapéutica positiva.

Después de cinco días de seminario a través de los que el coach, motivador y neurolingüista ha procurado que los asistentes experimenten una revelación de sí mismos (*breakthrough*) de modo que puedan revertir aquello que los detiene y no les permite el crecimiento personal, en la jornada sexta, encadenada en la edición con la respuesta del propio Robbins a la pregunta sobre el momento donde descubrió el sentido de su vida, este conduce una última sesión que procura, vía ejercicios propios de la meditación, un éxtasis multitudinario:

[1'39'']

Entrevistador: ¿Cuándo fue tu momento de descubrimiento (*breakthrough*), cuando entendiste que esta sería tu misión en la vida?

Tony Robbins [en entrevista]: Todos quieren pensar en un momento. Creo que la vida tiene muchos momentos así. No creo que haya un momento de descubrimiento. Puede pasar de esa forma. A veces eso parece. Tengo una vida plena, y no sé si haya sólo un momento.

Sé que cuando estaba en secundaria, tenía una clase de debate público. En esa clase, estaba enamorado de la cantante, como todos los demás. Y yo era gracioso, así que la hacía reír. La hacía reír. Conseguía mucha atención. Y tomaba control de toda la clase.

(...)

Un día, el profesor de debate, el Sr. Cobb, dijo: “Sr. Robbins, se quedará después de clase”. Me apartó luego de la clase. Nunca lo olvidaré. Yo pensaba: “Dios, estoy frito”. Él dijo: “¿Sabe por qué está aquí?”. Dije: “Lo sé”. Él dijo: “No, no lo sabe. Puedo verlo”. Él dijo: “Sé quién es usted”. Yo dije: “¿Perdón?”. Él dijo: “Sé que quiere la atención de la chica. No está por eso aquí”.

(...)

Él dijo: “Nunca vi a nadie que pueda pararse y hablar sin notas, mirar alrededor a chicos que no escuchan e hipnotizarlos solo con la comunicación”. Él dijo: “Usted no es un orador. Es un comunicador”. Y yo lo miraba como si estuviera loco. Él dijo: “Sé más de su vida, Sr.

Robbins, de lo que usted piensa o de lo que otros piensan. Sé de la vida en su hogar”. Yo lo miraba diciendo: “¿Qué?!” Él siguió: “Yo quería que leyera esto”. Y me da un discurso llamado “La voluntad de ganar”²⁹. Él me dijo: “Solo léalo. Si no es su vida devuélvame y olvídelo. Pero si acerté con usted, este discurso es usted. Quiero que compita en el final regional de oratoria persuasiva”.

(...)

Leí el discurso y lloré mucho. Se trataba... de nunca darse por vencido. La voluntad te hace avanzar. En esa etapa de mi vida, todo era fuerza de voluntad. Leí eso y dije: “Esto soy yo”, y me levanté y fui a la competencia regional, vencí a todos y quedé en primer lugar. Y luego fui a otra y gané; y entonces otra y obtuve el primer lugar.

(...)

Fue un descubrimiento porque comencé a darme cuenta de que podía llegarle a la gente.

(...)

E: ¿Por qué todavía es una experiencia emotiva contar esa historia?

TR [en entrevista]: Porque para mí es un momento de bendición. Ese hombre en mi vida me dio esa carta, viendo quién era yo en ese momento, eso fue una bendición. He hecho mucho, pero eso fue una bendición. No lo creé yo. Así que, aunque hice mi parte esculpiendo lo que soy, y he hecho muchísimo, nunca se termina para mí. También reconozco una bendición. Hay una conexión con lo divino, una conexión para saber que es más que tú mismo, y creo que es algo sanador.

TR [en el auditorio del evento, dirigiéndose a los más de dos mil asistentes]: A veces en la vida queremos avanzar, pero hay algo que nos hace retroceder. La conciencia humana es un

²⁹ Una versión de este texto está en <http://www.jolbes.com/poemas/la-voluntad-de-ganar/>

dispositivo interesante porque el cerebro está siempre aprendiendo. Y la tarea primordial del cerebro es hacer que sobrevivas. Siempre busca formas de protegerte. Y con frecuencia, en la vida tenemos experiencias y reaccionamos a ellas. Es como un músculo que se contrae. Pero lo mantienes contraído. Nunca más lo relajamos. Y eso limita lo que podemos experimentar.

Freud descubrió que, si pudiéramos volver antes de ese momento, podríamos sanar el momento que nos está reteniendo, porque olvidamos hacer algo que nos haría soltarlo. Los llevaré a través de la experiencia de hacer eso, y es un proceso que no tienen que entender. Es una travesía que van a emprender. Recordarán ciertas cosas. Y cuando las recuerden, pueden tomar nuevas decisiones sobre lo que significan y cómo pueden ser una nueva vida para ustedes. Me pregunto cuál es su recuerdo más temprano. ¿Dónde estaban? ¿Qué experimentaban? ¿Qué significó? ¿Qué decidieron entonces? Es una decisión que afectó su forma de pensar la vida.

Bien, apaguen las luces. Haremos una respiración. Levantarán las manos, pero al hacerlo, inspirarán.

[El público sube y baja sus brazos siguiendo las instrucciones. Luz tenue de tono violeta entre el público. Robbins, en el estrado, a oscuras; atrás de él se proyectan imágenes que insinúan el cosmos. Música con volumen *in crescendo* con repeticiones de el “Om”]

Alto. Manos relajadas. Las palmas hacia arriba... relájense. Sientan su cuerpo. Sientan que la respiración cala la mente. Con los ojos cerrados, pongan ambas manos sobre su corazón y respiren profundamente. Respiren en su corazón y sientan su fuerza. Agradezcan el regalo de su corazón. Mientras él lata, ustedes están vivos. Quiero que piensen en tres momentos de su vida de los que podrían estar agradecidos, si quisieran. Vayan en un viaje de agradecimiento de un momento a otro. Quizá sientan una mano que toca sus cabezas. Si es así, continúen en su estado e intensifíquelo. Si no es así, aún sentirán la energía. Métense en el momento y véanlo a través de sus propios ojos, viendo lo que vieron, sintiendo lo que sintieron, apreciando... Sintiendo la bendición de ese momento. Qué bendición fue en sus vidas, qué

agradecidos están. Tomen la gratitud de ese momento. Siéntanla. Sientan a qué los llevó que están tan agradecidos. Eso fue una bendición.

En unos momentos, abrirán los ojos, se sentirá integrados y fuertes, sentirán la sanación, se sentirán llenos de gratitud, con ganas de estirarse, de fortalecerse y de sentirse plenos, más que nunca, sintiéndose uno consigo mismos y con la vida. Donde una energía los atravesará y celebrarán eso con su voz en ese momento. Prepárense. Abran sus ojos cuando estén listos. Y, cuando quieran, pueden levantarse, comiencen a estirarse y a sentir la energía dentro de ustedes... Dejen que aumente... Hagan un sonido de gozo total, de total emoción. Uno, dos, tres, ¡vamos!

[El auditorio se levanta con gritos, mientras estiran sus brazos hacia arriba en actitud catártica (figura 18)]

Sientan la guía que nunca nos deja. Tomen todo aquí para llevarlo a sus hogares. Respiren, sientan, háganlo suyo esta noche y cada noche. Se llevan el mayor regalo al hogar, en quienes se han convertido, las decisiones que tomaron, la fuerza el amor, el compromiso en sus corazones. Y el sonido siempre les recordará este momento. ¡Uno, dos, tres! ¡Hagan el sonido de quienes son!

[Sé repite la escena de gritos, alegría y estiramientos con más intensidad].

Fuimos en una pequeña travesía. No fue un viaje. Un viaje es predecible, es aburrido. Una travesía tiene todo tipo de descubrimientos, ¿no? ¿Descubrieron nuevos amigos?

¿Descubrieron nuevos sentimientos? ¿Descubrieron un nuevo yo? Solo por un momento, piensen que van a un concierto. ¿Qué buscan sentir en un concierto? Que están completamente vivos, ¿no? Aquí, ustedes fueron el concierto. El concierto fue una familia de gente de 71 países que vinieron para crear música, magia y transformación. Trajimos deseos, ansias, amor, solidaridad, y dejamos atrás nuestros miedos, limitaciones, frustraciones y nuestros putos patrones. Es lo que hicimos aquí, damas y caballeros. Fue un privilegio servirles. Nos reímos, lloramos, nos quebramos. Fue una cita a ciegas con el

destino. ¿Cómo fue la cita para ustedes? Nos veremos otra vez, pronto. Hagan de sus vidas una obra maestra, mis amigos. ¡Que Dios los bendiga!

Figura 18. Catarsis positiva.



Figura 18. Secuencia de fotogramas que destacan el proceso de catarsis del final del documental Tony Robbins: I'm not your guru (Berlinger, 2016) que reproduce el final del seminario A date with destiny. Fuente: Netflix.

Nota: El dispositivo epistémico positivo conduce, en menor o mayor medida, a la liberación y purificación de la interioridad emocional o espiritual de los sujetos. Ya sea en consejos sobre relaciones amorosas, sobre cómo ser joven o libre, sobre qué conductas deben guardar las madres solteras, sobre emprendimiento o salud emocional, prevalece la noción implícita de liberar a los sujetos –mediante procedimientos terapéuticos positivos– de los lastres internos que le impiden tener una comunicación más eficaz y transparente con lo que se considera su interioridad espiritual o “yo esencial”. El procedimiento catártico positivo montado por Robbins es espectacular y multitudinario. Su seminario motivacional, estructurado en seis días, está diseñado para que los sujetos que lo toman tengan “revelaciones” (*breakthroughs*) a partir de las cuales puedan “desprogramar” imágenes o pasajes de su vida (amorosos, familiares, económicos, etc.) que no les han permitido

experimentar la autorrealización. A la manera de una liturgia que sigue un procedimiento que culmina en la mostración del misterio o lo sagrado –de aquello que, hasta ese momento, se ha mantenido oculto y cuya revelación activa la purificación espiritual de los fieles–, el conjunto de actividades realizadas durante los días precedentes (que incluye hablar sobre los problemas personales, hacer actividades en torno de ellos, estar en silencio o elaborar un tablero con la definición y las motivaciones torales de cada uno) culmina con el ejercicio transcrito antes: La imagen de la memoria solicitada a los participantes (*la original, la que decidió su forma de ser*) es la clave para acceder a su “núcleo” interno y recodificarlo mediante una combinación de ejercicios rituales que combinan la música, la respiración, la voz del propio Robbins y el acompañamiento de los otros hasta elevarse a la exaltación y el grito catártico.

Capítulo 5

Tramas de subjetivación enunciativas: una descripción.

Con intensidades y ritmos distintos, en el transcurso de 21 meses recuperé 640 impresiones de pantalla que fungen, cada una, como indicio de alguna de las tres prácticas comunicativas de agentes de la mejora personal que conforman el *corpus* central de esta investigación: 78 dan cuenta de prácticas de creación, 352 de curaduría y 210 de divulgación de mensajes positivos de mejora personal. De una red de amigos de 690, detecté que al menos 77 de ellos ofrecieron más de un mensaje de dicho tipo, que su edad oscila entre los 18 y los 61 años, pero cuyo grueso (el 87%) está entre los 21 y los 47; la media es de 30 años. Aunque el 67% de los agentes son mujeres, el 79% del total del *corpus* (505 impresiones) fue realizado por ellas. Según indicios publicados en las “Biografías”, en la sección de “Información” o por conocimiento directo, de los 77 agentes de la mejora personal de mi red de amigos sobresalen agentes (más del 60%) que se dedican o dedican parte de su tiempo a empresas personales o trabajos temporales (*freelancers*, agentes de ventas, pequeños empresarios y maestros de asignatura).

Allende las características etarias, de género o laborales de los agentes, y recorriendo el grupo de prácticas comunicativas (textos escritos por los propios agentes y los memes, videos o artículos compartidos), aparecen constelaciones de sentido o isotopías que ofrecen una suerte de coherencia textual de tal manera que el *corpus* resulta legible y significativo en los tres niveles semánticos estudiados en esta investigación. Señalado anteriormente, un presupuesto de este estudio es que las tramas o recurrencias en la enunciación, en la forma de relatar y en los supuestos simbólicos sobre los se organiza la información de las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal son un lugar privilegiado para observar cómo se configura discursivamente el pensamiento positivo y cómo las personas se subjetivan mediante la incorporación discursiva de la lógica terapéutica del pensamiento positivo. En este capítulo describo e interpreto las tramas ancladas al nivel enunciativo de las prácticas.

Está organizado en dos apartados. En el primero describo las tramas enunciativas “Sé feliz”, “Despierta, sueña”, “Resiste”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar” y “Libérate” en relación con las variantes semánticas que albergan. En el segundo, hago lo propio respecto de otras iteraciones (personalidades referidas y lugares de adscripción subjetiva) que significativas en el acompañamiento persuasivo de los consejos y, en dicho sentido, en la manera en que los agentes se construyen un perfil mediático y reflexivo.

5.1. Descripción de tramas de subjetivación enunciativas

Las tramas del plano enunciativo de las prácticas, del plano de lo que es referido expresa o denotativamente en los mensajes, se han hecho identificables en la asignación del significado del mensaje; este significado lo sintetizo en términos pragmáticos con la designación del tipo de consejo que el agente suscribe. Recuperando lo que dicen los teóricos del discurso de la autoayuda (Ampudia, 2006; Papalini, 2010, 2013) y parafraseando a Illouz (2014), estos consejos se relacionan entre sí alrededor del objetivo de dejar en claro cómo debería de ser, para su bien, la conducta reflexiva y emocional de las personas y, en su caso, se aclara también el camino para, por sí mismos, diagnosticar, prever o transformar alguna conducta reflexiva y emocional errónea que obstaculiza la consecución de aquel bien que se desea. Así, con base en una organización isotópica, he definido el *corpus* textual alrededor de seis tramas de subjetivación enunciativas que funcionan como denominaciones para enmarcar numerosas formas de referir, en cada caso, el mismo tipo de consejo: “Sé feliz”, “Despierta, sueña”, “Resiste”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar” y “Libérate”.

Es frecuente que, bajo la lógica impuesta por esta tipología de consejos, en un solo mensaje convivan dos o más tramas enunciativas debido a que en ellos, de hecho, se hace más de un solo consejo y, por ende, hay más de una sola trama de este tipo (figura 14). Este fenómeno me ha parecido congruente con la propia noción de “trama de subjetivación”, pues en la práctica los agentes activan, entrelazan e interactúan con un número indeterminado de componentes sociosimbólicos que en sí mismos no son uniformes en su manera de aparecer discursivamente. No obstante, aunque la multidimensionalidad implica que los agentes no *digan* una sola cosa y que la designación de las tramas tenga mucho de arbitrariedad, me ha parecido importante tratar de aislar nominativamente *los hilos* que participan en las prácticas en aras de ofrecerles un horizonte de interpretación (acción que tienen lugar en el apartado 3 de este capítulo). Asimismo, mi decisión de nombrar a las tramas de subjetivación tal como lo he hecho se debe a que el conjunto de estas denominaciones permite recoger la variedad de consejos detectados en el *corpus* y recupera las principales características de los programas de mejora conductual que los estudios descubren en la literatura y la cultura de la autoayuda.

Enseguida describo estas seis tramas en relación con las variantes semánticas que albergan; al final de este apartado describo también isotopías que, también a nivel de *lo dicho*, dan cuenta de factores que ayudan a enriquecer la reflexión sobre las tramas de subjetivación: personajes y escritores cuyas vidas, obras o frases aparecen como modelos conductuales o síntesis del pensamiento que conduce a la mejora personal positiva, y las subjetividades (“Mujer”, “Joven” y “Empresario”) que son más frecuentemente adoptadas o modeladas en las prácticas de los agentes que integran el *corpus*.

Figura 19. Convivencia de dos o más tramas enunciativas en una sola práctica.

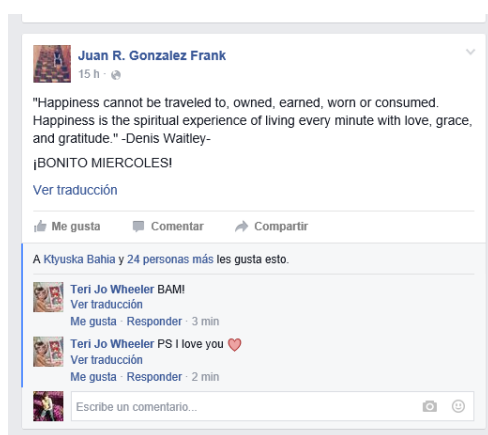


Figura 19. Práctica de curaduría donde conviven dos o más tramas enunciativas; en este caso “Sé feliz” y “Vive el presente”.

Mediante la definición de la felicidad como una experiencia espiritual que ocurre en cada minuto no sólo se aconseja ser feliz, en este caso apoyado en la curaduría “¡BONITO MIÉRCOLES!”, sino que también esta felicidad se logra con la vivencia espiritual del presente que se infiere en experimentar cada minuto: “Happiness is the spiritual experience of living every minute with love...”

5.1.1. “Sé feliz”

“Sé feliz” es una trama enunciativa que conjunta consejos alrededor del núcleo semántico del mandato de ser feliz: “la felicidad es lo más importante”, “que nada te detenga en tu

camino hacia la felicidad”, “felicidad es...”, “decido ser feliz”, “la próxima vez que la vida me dé opciones no escogeré la correcta sino la que me haga feliz” (figura 19), “si quieres ser feliz necesitas ignorar a mucha gente pendeja”, son ejemplos de expresiones (difundidas, curadas o creadas) que son sintetizadas. Más allá del sentido personal que cada agente le asigne a la felicidad, a diferencia del resto de las isotopías enunciativas, en el caso de “sé feliz” el núcleo semántico es transparente pues el denominador común es que sí aparecen explícitamente variantes de la palabra “felicidad” cuyo empleo refiere un estado de plenitud espiritual o emocional ya sea deseado o experimentado en conductas o acciones cotidianas. Una palabra como “bienestar”, que la literatura vincula teóricamente con “felicidad”, no tiene mayores incidencias en las prácticas de los agentes y en ningún caso se la emplea como sinónimo en la creación. También debo resaltar que el resto de las isotopías enunciativas parecen tener sentido como tramas de subjetivación en la medida de que el horizonte teleológico de esos consejos y de las prácticas en sí mismas es el esclarecimiento personal de la felicidad del agente (“Mi destino: ser feliz”, dice uno de los mensajes creados).

Figura 20. Trama “Sé feliz”.



Figura 20. Práctica de curaduría de la trama “Sé feliz”.

El agente, mediante un emoticón de “carita feliz” –que tácitamente muestra adscripción respecto de lo divulgado– suscribe y aconseja de manera optar por la felicidad individual

antes que optar por lo correcto. Destaca así una oposición entre el esclarecimiento personal de la felicidad del agente y “lo correcto” que sería, en todo caso, un constructo moral y ético del orbe social.

5.1.2. “Despierta, sueña”

“Despierta, sueña” es una trama enunciativa que conjunta consejos alrededor del núcleo semántico de la experiencia onírica de la vida: hacer consciente que se ha estado dormido y/o impulsar la persecución y mantenimiento de los sueños considerados como la verdadera vigilia o el despertar de la conciencia personal: “Date cuenta”, “haz consciente”, “vive tus sueños”, “haz lo que tengas que hacer para ir por tus sueños”. En este caso, el umbral entre ambas regiones de la conciencia de sí marca, por un lado, despertar a la verdadera conciencia o separarse de algún aspecto de la vida que se experimenta como dañino (figuras 21 y 22) y, por otro, procurar experimentar lo anhelado, cuya objetivación es generalmente incierta (figura 23) a menos de que se trate de la experiencia del viaje, que sí suele ser clara en cuanto logro personal de lo soñado (figura 24). Es frecuente detectar un tono conminatorio que está supuesto en el fracaso personal axiomáticamente asociado con el abandono de los sueños; fracaso que, además, también se liga con el imaginario de la inmovilidad y la falta de voluntad de “liberarse” de elementos que atan, que mantienen adormecidos a los sujetos; de ahí que sea frecuente que esta isotopía se relacione con “Libérate”.

Figura 21. Trama “Despierta sueña”.



Figura 21. Práctica de divulgación de trama enunciativa “Despierta, sueña”.

Mediante divulgación, el agente aconseja despertar y separarse de un aspecto considerado dañino; en este caso vinculado connotativamente con el trabajo estable (“pagar cuentas”), a través de un meme que sugiere una experiencia idílica vinculada con la soledad y el viaje. Cabe destacar que este consejo también apunta a intersectarse con la trama enunciativa “Libérate”.

Figura 22. Trama “Despierta, sueña”.



Figura 22. Curaduría de trama enunciativa “Despierta, sueña”.

En esta práctica el agente cura (“Lo dejo por aquí”) y suscribe un meme que aconseja despertar (“abrir los ojos duele”) para separarse de un aspecto considerado dañino. La figura sin rostro que aparece en el meme sugiere además que hasta que no se abren los ojos el carácter o individualidad de los sujetos parece estar cubierta por un manto impersonal. Como en la figura anterior (21), este consejo apunta a intersectarse con otra isotopía enunciativa, en este caso, “Resiste”.

Figura 23. Trama “Despierta, sueña”.



Figura 23. Práctica de curaduría de trama enunciativa “Despierta, sueña”.

En este caso el agente comparte un meme que opone a los sueños –cuyo objeto de deseo no se precisa– con el trabajo estable y, además, realiza una curaduría (“JAMAAAAÁ!!!! Me niego a esta epidemia de sueños muertos. / Así parezca un loco, seguiré soñando con mis metas.”) en la que enfatiza la necesidad de seguir soñando como parte del proyecto de vida, así sea abandonando este tipo de trabajos. Despertar, pues, es soñar.

Figura 24. Trama “Despierta, sueña”.



Figura 24. Práctica de curaduría de trama enunciativa “Despierta, sueña”.

Es claro que aquí el objeto del sueño o anhelo es viajar. El agente cura afirmativamente, mediante un emoticono de sonrisa, un video que la página Banaz Mx introduce como un joven que “cumplió su sueño” al renunciar a su trabajo y viajar por el mundo para “chocarlas” (*high five*). El video, en efecto, muestra a un joven alzando la mano y llevándola a la cámara para causar el efecto de estar “chocándola” en diferentes partes del mundo.

5.1.3. “Resiste”

“Resiste” es una trama enunciativa que conjunta consejos y frases motivadoras cuyo núcleo semántico es ofrecer aliento para mantener la cualidad anímica de estar firme ante las situaciones que se experimentan como adversas. “El fracaso no existe”, “Los cambios son acompañados de sacudidas”, “Nada me puede parar”, “Cuando sientas que todo se pone en contra, recuerda que un avión despegue contra el viento, no a favor”, “no cedas, sigue sin piedad tus obsesiones más intensas”, “no te rindas, que la vida es eso, continuar el viaje, perseguir tus sueños” o artículos y memes publicados sobre la resiliencia, son algunas de las

expresiones recogidas en esta trama. Es notable que si “Sé feliz” es comprendido por los agentes como una motivación que opera en el horizonte teleológico de las conductas emocionales y reflexivas, los consejos enmarcados en “Resiste” son una herramienta motivacional para seguir en el presente.

Figura 25. Trama “Resiste”.



Figura 25. Práctica de curaduría de trama enunciativa “Resiste”.

El GIF divulgado (dibujo animado de una mujer que anda en bicicleta en contra de un fuerte viento), lo comprende el agente como una representación biográfica de su propia resiliencia contra las situaciones adversas. El sentido motivacional del conjunto queda como un consejo explícito para seguir adelante con la propia curaduría: “Pese a todo, sigo”.

5.1.4. “Vive el presente”

“Vive el presente” es una trama enunciativa que conjunta consejos cuyo núcleo semántico es hacer ver que el tiempo presente es la estancia temporal donde las personas se encuentran consigo mismas y la vida cobra sentido si se vive al máximo: “Hoy es el día”, “El momento perfecto es ahora”, “Hoy es mi día favorito”, “Me esfuerzo por vivir al día y colocar mi mente

en el presente mientras se columpia entre nubes con rayos de luz” o “El tiempo es lo único que no vuelve” son algunas de las frases expresadas en el *corpus*. Si bien no es dicho de manera directa, numerosas curadurías y divulgaciones reproducen artículos o videos que proponen gradaciones acerca de lo que se espera que el individuo haya cumplido antes de determinada edad o de entrar a determinada condición personal; a través de estos mensajes los agentes promueven no sólo escalas de valoración útiles para que los sujetos tomen el pulso de su éxito respecto de lo que socialmente se espera que hayan logrado, también promueven que el presente se redimensione y re programe conforme a lo que falta por hacer y se viva acorde al imaginario propuesto (figuras 26 y 27).

Figura 26. Trama “Vive el presente”.



Figura 26. Práctica de divulgación que muestra tácitamente la trama “Vive el presente”.

El agente comparte un artículo que despliega 25 cosas que se tendrían que haber cumplido a los 25 años. Entre ellas se señalan viajar, encontrar el “estilo propio”, aprender a querer y a cuidar de sí mismo o examinarse continuamente el “alma”. En tanto reactivos para evaluar lo que socialmente se espera de un joven de esa edad, indirectamente el agente muestra una estela de su propia biografía en términos de proyecto y recomienda vivir el presente conforme los reactivos que todavía no se han alcanzado.

Figura 27. Trama “Vive el presente”.

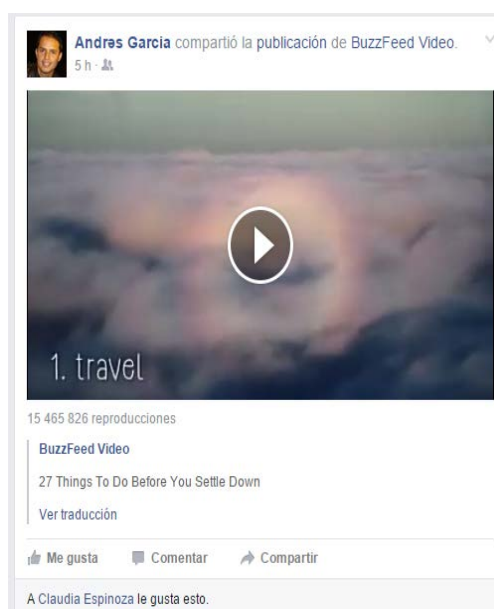


Figura 27. Práctica de divulgación que muestra tácitamente la trama “Vive el presente”.

El agente comparte aquí un video que despliega 27 cosas que se tendrían que haber cumplido antes de “sentar cabeza”, por ejemplo: viajar, ser económicamente independiente, vivir solo o vivir en otro país, etc. En tanto reactivos para evaluar lo que socialmente se espera de alguien que está próximo a *establecerse*, apunta a recomendar vivir el presente en los términos de los reactivos que todavía no se han alcanzado.

5.1.5. “Aprende a sentir y a pensar”

“Aprende a sentir y a pensar” es una trama enunciativa que conjunta consejos cuyo núcleo semántico es conminar a que el lector incorpore la necesidad y, en su caso, las estrategias conductuales para sentirse y pensarse a sí mismo, y para sentir y pensar a los otros en la perspectiva de cuidar o procurarse recursos para el modelamiento de la vida propia. “Ama, sé tú”, “Cuida tu energía”, “Cuida tu higiene emocional”, “Me quedo con aquellas personas con quienes puedo ser yo, con toda mi esencia y en total libertad”, “Cuida lo que piensas porque tu felicidad vive en tus pensamientos”, “Las emociones positivas ayudan a aprender”,

“Dejemos de pensar y comencemos a sentir” “Iniciemos una revolución amándonos a nosotros mismos, no a nuestro reflejo” o numerosas prácticas donde se comparten artículos donde se evalúa la personalidad o enlistan consejos para configurar actitudes consigo mismo, en el trabajo, en el amor, en el manejo de la energía interna, etc. son algunas de las divulgaciones, curadurías o creaciones recogidas en esta trama. En estricto sentido, las tramas enunciativas analizadas en este trabajo podrían considerarse especies de esta. Ser feliz, despertar a la vida, resistir, vivir el presente o liberarse de las ataduras son, al término, tipologías de consejos para establecer o restablecer conductas emocionales, sentimentales o cognitivas dirigidas a empoderar y modelar a los sujetos. No obstante, he decidido particularizar esta trama debido a que en ella se concentran mensajes cuya carga enunciativa se localiza justo en hacer ver la necesidad del aprendizaje. Como consecuencia de esta posición, por decirlo así, metacognitiva, es frecuente que los agentes aparezcan, en la práctica, como teóricos de las emociones y las conductas. Destaco dos fenómenos iterativos que bosquejan posturas teóricas.

El primero de ellos es cómo, a través de la preminencia de consejos para distinguir síntomas acerca de lo dañino del amor de la pareja sentimental, el agente suele esbozar una crítica al amor romántico, comprendido como aquel donde la pareja “completa” al sujeto en una relación simbiótica y dependiente. Esta crítica suele estar relacionada con las convenciones sociales feministas y con la idea de que dicho tipo de amor –frecuentemente calificado como “tóxico”– no permite la libertad individual, considerado como un valor supremo (figuras 28, 29 y 30).

Figura 28. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, con énfasis en el amor romántico.



Figura 28. Práctica de divulgación que muestra la trama enunciativa “Aprende a sentir y a pensar”, con énfasis en el amor romántico.

Esta divulgación que aconseja aprender a sentir el amor, particularmente esboza una crítica al imaginario del amor romántico que vivencialmente se relaciona con la idea de que el otro (el amado) “secuestra” la voluntad y la individualidad del amante. Asimismo, se recomienda seguir un patrón amoroso donde los individuos son independientes entre sí.

Figura 29. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, con énfasis en el amor romántico.



Figura 29. Práctica de divulgación que muestra la trama enunciativa “Aprende a sentir y a pensar”, con énfasis en el amor romántico.

En este caso, mediante un artículo periodístico organizado con base en entrevistas a académicas que ofrecen pistas para transparentar y programar conscientemente las filias desde las convenciones sociales del feminismo, se critica al imaginario del amor romántico o “tóxico” que teórica y estadísticamente se relaciona con la naturalización de la violencia machista y con la cautividad de la libertad individual.

Figura 30. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, con énfasis en el amor romántico.



Figura 30. Práctica de divulgación que muestra la trama enunciativa “Aprende a sentir y a pensar”, con énfasis en el amor romántico.

En el artículo divulgado, la reconocida bloguera feminista Coral Herrera critica el imaginario del amor romántico que vivencialmente relaciona con la llegada del “príncipe azul” y ofrece también un conjunto de signos para reconocer y reprogramar conscientemente las filias desde las convenciones sociales del feminismo (no rendirse en la relación, aprender a compartir protagonismos, construir el amor sin compromisos ulteriores o trabajar sobre los miedos internos, entre ellos.).

Por otro lado, un segundo aspecto teórico que se destaca en la trama “Aprende a sentir y a pensar” es que —más allá de las emociones, los sentimientos y los pensamientos como

componentes de la interioridad psíquica y espiritual diferenciados³⁰— la arquitectura interior o espiritual del ser humano es frecuentemente trazada, en términos prácticos, como una masa psico-orgánica vibrátil, energética, fluyente y flexible (figuras 31 y 32) o, en otro sentido, tecnológica, puesto que diversas prácticas hacen ver que las personas están “programadas” en diferentes sistemas (comportamientos, palabras, emociones) para realizar comportamientos determinados que los llevan al fracaso y que se requiere una nueva programación de modo que los cambios positivos se incorporen y sean más eficaces (figuras 33 y 34). Incluso en prácticas cuyo contenido textual remite a estudios psicológicos con un manejo especializado de términos, el *mindfulness* —conciencia pura o atención plena y vivencial del presente respiratorio que se vincula operativamente con la meditación— aparece referido como un *élan* o fuerza vital que reconstituye holísticamente la armonía interior de emociones y pensamientos que ayudan a restablecer la salud de personas enfermas (figuras 35 y 36).

³⁰ Diccionarios y enciclopedias (DRAE, Merriam-Webster, Britannica, Larousse, Espasa-Calpe) coinciden en señalar que la “emoción” (*emotion, émotion*) se caracteriza por ser una reacción de anclaje somático que es pasajera, que saca al sujeto de su estado anímico habitual y que es experimentada según el temperamento propio de las personas (el asco, la euforia, o la sorpresa, por ejemplo); que “sentimiento” (*feelling, sentiment*) es un producto consciente y abstracto de las emociones que suele vincularse con algo más perdurable (como el amor, la nostalgia o la felicidad). Byung-Chul Han (2014) destaca que la emoción es subjetiva, y performativa y expresiva porque remite a acciones; el sentimiento, en cambio, es objetivo, permite la narración (la emoción no es narrable), es *constatativa* y tiene duración. Por otro lado, “pensamiento” (*thought, pensée*) se considera como la actividad y el producto de procesos intelectuales o mentales a través de los que el ser humano entra en contacto con la realidad material, social o simbólica.

Figura 31. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una sola entidad psico-orgánica.

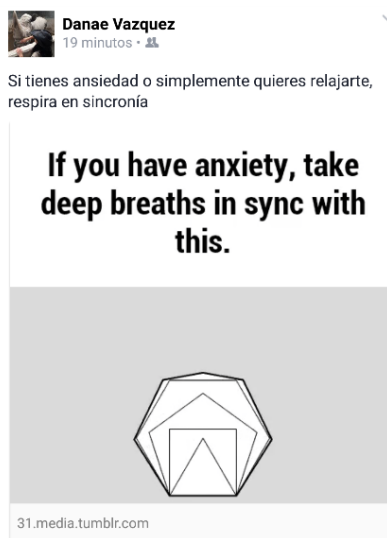


Figura 31. Práctica de curaduría que muestra la trama enunciativa “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una sola entidad psico-orgánica..

En esta práctica, el GIF divulgado muestra el movimiento expansivo de las figuras geométricas que culmina en su unión para, después –aludiendo al patrón aspirar-expirar de la respiración– deprimirse hasta el punto reproducido en la captura de pantalla. El conjunto, incluyendo la curaduría del agente (“Si tienes ansiedad o simplemente quieres relajarte, respira en sincronía”), da cuenta de una interioridad psico-orgánica vibrátil, energética y fluyente.

Figura 32. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una sola entidad psico-orgánica.

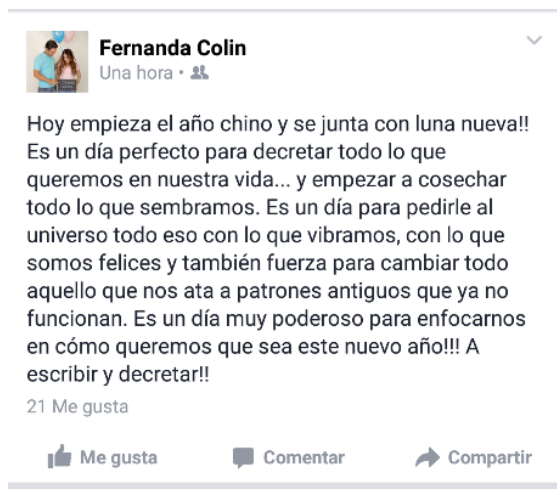


Figura 32. Práctica de creación que muestra la trama enunciativa “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una sola entidad psico-orgánica.

Como en la figura anterior, el agente presenta la interioridad como una sola entidad psico-orgánica. Apelando a la conjunción del año nuevo chino y recomienzo del ciclo lunar, el sujeto aconseja decretar lo deseado y, en ello, establece simbólicamente un vínculo vibrátil entre el universo y la interioridad psico-orgánica de manera que, aparentemente, ésta es un reflejo de aquel; el decreto sirve para llamar a aquello que ya pertenece o está en el sujeto que decreta.

Figura 33. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una tecnología programable.

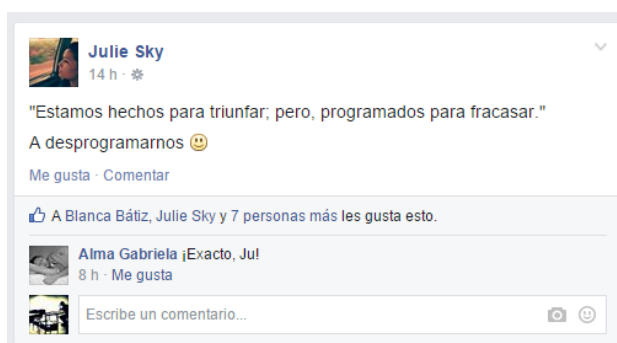


Figura 33. Práctica de creación que muestra la trama enunciativa “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una tecnología programable.

En esta práctica el agente elabora, sin consignar la fuente, una curaduría (“Estamos hechos para triunfar; pero, programados para fracasar. A desprogramarnos”) en la que acepta la necesidad de reprogramar el o los sistemas (desconocidos) que se requieren para triunfar. Del mismo modo en que sucedería con un *hardware* que ha sido programado de forma errónea por una serie de *software* dañinos, la interioridad humana requiere esa suerte de *reseteo* o auto-anulación para triunfar.

Figura 34. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una tecnología programable.



Figura 34. Práctica de divulgación que muestra la trama enunciativa “Aprende a sentir y a pensar”, considerada la interioridad como una tecnología programable discursivamente.

En este caso, como estrategia conductual, el artículo refiere las sugerencias incluidas en *The achievement Habit*, libro de Bernard Roth, profesor de ingeniería de Stanford, en donde se señala cómo dos cambios en la manera de hablar (cambiar “tengo que hacer” por “quiero hacer” y “pero” por “y”) ayudan a tener éxito. Esta técnica, por lo demás recuerda a las técnicas empleadas por la programación neurolingüística.

Figura 35. Trama “Aprende a sentir y a pensar”, desde la perspectiva del *mindfulness*.

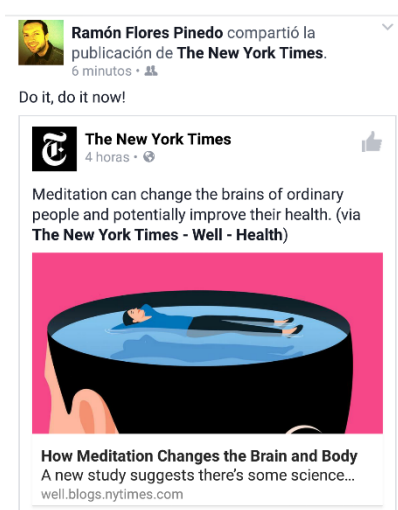


Figura 35. Práctica de curaduría que muestra la trama “Aprende a sentir y a pensar” desde la perspectiva del mindfulness, considerado como una fuerza vital que unifica la interioridad psíquica y orgánica.

Aquí el agente cura (“Do it, do it now!”) un artículo periodístico que reseña y comenta un artículo científico originalmente publicado por la revista *Biological Psychiatry* acerca de cómo la meditación ayudó a que los sujetos del estudio sobrellevaran con mejores niveles de salud su desempleo: las buenas condiciones en la actividad y comunicación interna del cerebro se vincula con mejores niveles en la sangre respecto de índices relacionados con el estrés, se debe insistir, estrés relacionado con el desempleo.

Figura 36. Ejemplo de la trama “Aprende a sentir y a pensar”, desde la perspectiva del *mindfulness*.



Figura 36. Práctica de divulgación que muestra la trama “Aprende a sentir y a pensar” desde la perspectiva del mindfulness, considerado como una fuerza vital.

De la misma manera que en la anterior figura, esta práctica divulga un artículo periodístico que reseña y comenta otro artículo científico –también publicado por la revista *Biological Psychiatry*– que trata acerca de cómo la meditación ayudó a que los sujetos de un estudio sobrellevaran con mejores niveles de salud su desempleo; esto a nivel cerebral y sanguíneo. El *mindfulness* se presenta, así, como un elemento unificador y fluyente de la interioridad psico-orgánica que se encuentra bajo estrés, sobre todo, bajo el estrés producido por el desempleo.

5.1.6. “Libérate”

“Libérate” es la última de las tramas enunciativas. Con este título reúno consejos cuyo núcleo semántico es conminar a que el lector se emancipe o “se salga” de personas conductas, emociones o formas de pensamiento que lo atan y que no propician su felicidad o éxito. “No tengo miedo de perder mi empleo, me da más miedo tenerlo siempre”, “Deja de quejarte”, “Vete”, “No voltees hacia atrás”, “No me atrevo a liberarme y la vida se complica”, “Cuando mueren los apegos nace la libertad”; “Tú te pones los límites”, “¡Suelta lo que te hace daño!”,

“No reason to stay is a good reason to go”, “No eres un árbol para permanecer en el mismo lugar” o “Si nunca fallaste, nunca probaste algo nuevo” son algunas de las expresiones recogidas aquí. La emancipación promovida en esta trama tiene dos aspectos particulares que cobran notoriedad. El primero es que la liberación de los distintos fenómenos que anclan al sujeto constantemente es referida como una pugna contra el propio temor de optar por lo nuevo (figuras 37 y 38); el segundo es que, más que propiamente establecer un tono conminatorio respecto de la necesidad de quedarse con lo acostumbrado, negativo o viejo, la liberación aparece como un sistema de pensamiento, una suerte de filosofía personal que guía conductas y decisiones vitales (figuras 39 y 40).

Figura 37. Trama “Libérate” de tu temor por lo nuevo.



Figura 37. Práctica de creación que muestra la trama enunciativa “Libérate” a partir de enfrentar el temor de enfrentar lo nuevo.

El agente refiere cómo, para alcanzar la emancipación, se debe enfrentar el temor de optar por lo nuevo. En el desarrollo de la conversación alrededor de la creación, el propio agente (“Emprendedor”, como se verá adelante) postea el artículo que le ha provocado la reflexión. En él se relatan las vicisitudes personales que atraviesan los emprendedores una vez que han abandonado sus empleos formales y cómo sólo en compañía de otros emprendedores es con quienes se sienten acompañados. “Lo nuevo”, en este caso, se relaciona con el emprendimiento.

Figura 38. Trama “Libérate” de tu temor por lo nuevo.

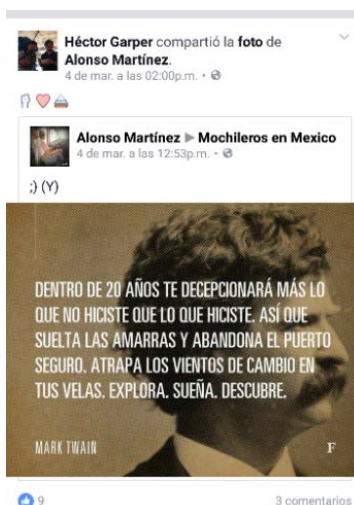


Figura 38. Práctica de creación que muestra la trama enunciativa “Libérate” como recurso para enfrentar lo nuevo.

El agente cura un meme (tres emoticonos: un puño de victoria, un corazón y un barco de vela) cuyo contenido textual (“Dentro de 20 años te decepcionará más lo que no hiciste que lo que hiciste. Así que suelta las amarras y abandona el puerto seguro. Atrapa los vientos de cambio en tus velas. Explora. Sueña. Descubre.”) es atribuido a Mark Twain. El conjunto advierte la decepción sobre las consecuencias de no enfrentar los miedos o las dificultades que impiden que se *atrapen los vientos del cambio*. Si en la figura anterior se establece una relación explícita de “lo nuevo” con el emprendimiento, en este caso, “lo nuevo” se establecería alrededor del viaje: el descubrimiento, la exploración, el autor y el emoticono del barco de vela apuntan a esa comprensión.

Figura 39. Trama “Libérate” como sistema de pensamiento o filosofía personal.

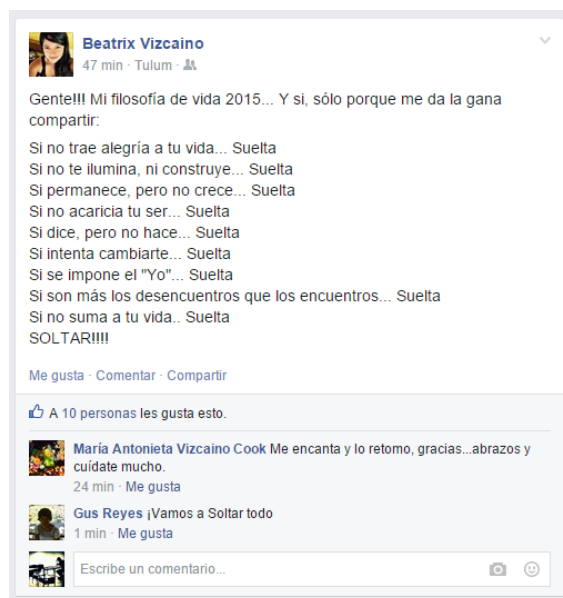


Figura 39. Práctica de creación que muestra la trama enunciativa “Libérate” como sistema de pensamiento o filosofía personal que orienta conductas o decisiones consideradas vitales.

En este caso, el agente, mediante una forma expresiva condicional (“Si no...”) pone de relieve una serie de programas emocionales y conductuales que se anuncian como su “filosofía de vida” para el año 2015. Cabe destacar el hecho de que el conjunto de condiciones (incluso siendo una de ellas “Si se impone el “Yo”... Suelta”), construyen un sistema de protección individual que, el menos en apariencia, encerraría al propio sujeto en su “Yo”. En dicho sentido es evidente que esta práctica se vincula también con la trama “Resiste”.

Figura 40. Trama “Libérate” como sistema de pensamiento o filosofía personal.



Figura 40. Práctica de creación que muestra la trama enunciativa “Libérate” como sistema de pensamiento o filosofía personal que orienta conductas o decisiones vitales.

El agente —a través de la reproducción de un texto que circula en internet y cuya fuente no refiere— se despide de sus amigos puesto que, se entiende, sale de la ciudad y cambia de residencia. Refiere el miedo que se enfrenta al procurar los cambios pero que esta emancipación tendrá como frutos el amor, la aventura o la libertad pero, sobre todo, encontrarse a sí mismo. La trama organiza, de este modo, a la liberación como sistema de pensamiento que debe orientar las conductas personales y, al mismo tiempo, como vehículo que naturaliza la autorrealización (o “encontrarse a sí mismo”).

5.2. Otras iteraciones importantes: personajes y posiciones subjetivas de adherencia.

Hasta aquí quedan descritas las tramas de enunciación subjetivas con base en aquello que el agente aconseja. Formular las tramas de enunciación a partir de este principio ha dejado afuera otro conjunto de isotopías que también tienen lugar en el plano fenoménico o denotativo de las prácticas de los agentes y que, considero, son significativas en el acompañamiento persuasivo de los consejos y, en dicho sentido, en la manera en que los agentes se construyen un perfil mediático y reflexivo. A continuación describo dos estratos relevantes de este tipo de recurrencias semánticas. En primer lugar refiero personajes ejemplares popularizados en los mensajes positivos; en segundo lugar, subjetividades a las que de manera tácita o explícita se adscriben los agentes de la mejora personal del universo analizado.

Personajes ejemplares

Como en la antigüedad las vidas de santos representaban modelos de conducta, en la actualidad, este lugar lo ocupan personajes populares o popularizados en un sentido positivo. Dan cuenta de ello las iteraciones isotópicas respecto personajes de la esfera empresarial, deportiva o intelectual –como Steve Jobs, Donald Trump, Michael Jordan, Manny Pacquiao, Nicola Tesla o Albert Einstein– (figuras 41 y 42), cuyas vidas o consejos se presentan como modelos de conducta y voluntad positiva; la divulgación de frases motivacionales –generalmente insertos en memes– y de artículos que instruyen sobre diferentes tipos de programas conductuales escritos o atribuidos a clásicos de la autoayuda como Paulo Coelho, Alejandro Jodorowsky, Walter Riso o Tony Robbins; o bien, en el mismo tenor, las iteraciones respecto de la reproducción de frases de tono motivacional atribuidas, en este caso, a autores reconocidos por la crítica literaria y académica como Kafka, Kerouac, Chéjov o García Márquez, cuya carrera y obra no se relacionaría, aparentemente, con la literatura de superación personal (figuras 43 y 44).

Figura 41. Personajes empleados como modelo de conducta y voluntad positivas.



Figura 41. Curaduría con iteración de personajes de la esfera empresarial, deportiva o intelectual cuya vida o consejos se presentan como modelos de conducta y voluntad positiva; en este caso el modelo es Steve Jobs.

Aunque en principio Steve Jobs sería un modelo contemporáneo de conductas empresariales, su sombra de influencia ya desborda este límite. El artículo compartido por el agente ofrece, cierto, un conjunto de conductas de orden empresarial que, no obstante, como la que aparece en el meme (“A veces la vida te va a apegar en la cabeza con un ladrillo. Pero no pierdas la fe”), pueden comprenderse en cualquier ámbito de la vida emocional. Las frases remiten, además, a tramas enunciativas como “Resiste” y “Aprende a sentir y a pensar”. Este es un ejemplo de muchos otros en donde se muestra al cofundador de Apple como un modelo del éxito empresarial y humano contemporáneo; un *übermensch* actual.

Figura 42. Personajes empleados como modelo de conducta y voluntad positivas.



Figura 42. Curaduría con iteración de personajes de la esfera empresarial, deportiva o intelectual cuya vida o consejos se presentan como modelos de conducta y voluntad positiva; en este caso, Nicola Tesla.

Otro modelo de personalidad frecuente es el del científico que alcanzado la popularización de alguna de sus ideas; Einstein o Hirschberger, por ejemplo. En este caso, el agente hace una curaduría de un meme donde aparece Nicola Tesla y una frase (“Si lo que quieres es encontrar los secretos del universo, piensa en términos de energía frecuencia y vibración”) adjudicada al inventor de origen serbio. La curaduría y el texto remiten a la trama “Aprende a sentir y a pensar” en términos de que la arquitectura interna, en este caso del universo entero, es una masa vibrátil y energética. Más que modelo de conducta (acaso porque no se ha popularizado lo suficiente su narrativa biográfica), Tesla suele ser referido justo como un teórico de las “energías” y “vibraciones” positivas.

Figura 43. Frases motivacionales atribuidas a autores reconocidos por la crítica literaria.



Figura 43. Iteración de empleo de autores reconocidos por la esfera académica, y aparentemente lejos del tenor positivo de la literatura de superación personal, mediante frases que son de ellos o atribuidas a ellos; en este caso, de Franz Kafka.

En este caso, el agente divulga un meme donde aparece el retrato y una frase atribuida a Kafka (“No cedas; no bajes el tono, no trates de hacerlo lógico, no edites tu alma de acuerdo a la moda. Mejor, sigue sin piedad tus obsesiones más intensas”), autor praguense definido por la historia y la crítica literaria por la melancolía de sus personajes. De ahí que resulte por lo menos sospechoso esta forma de “editar” o simplificar positivamente (mediante la trama “Resiste”) a un autor de carácter oscuro y retraído cuyos personajes son diletantes y, vamos, “kafkianos”.

Figura 44. Frases motivacionales atribuidas a autores reconocidos por la crítica literaria.



Figura 44. Iteración de empleo de autores reconocidos por la esfera académica, y aparentemente lejos del tenor positivo de la literatura de superación personal, mediante frases que son de ellos o atribuidas a ellos; en este caso, de Jack Kerouac.

A diferencia de Kafka, Kerouac –poeta norteamericano beatnik que hizo explícitas sus filiaciones con el budismo– sí esbozó una poética de rebelión y libertad, tal como apunta el sentido de este meme. No obstante, la edición y la curaduría del agente –“Díaaaaas!”–, que remite al saludo matutino del deseo de bien– parecen simplificar la noción de libertad a un mensaje positivo de liberación de sí mismo y de la vivencia plena del presente (en oposición a la “muerte” que supone trabajar en una oficina o en el hogar).

Subjetividades de adscripción

Mención aparte merecen las isotopías que refieren los lugares de enunciación y posiciones subjetivas aconsejadas que llegan a visibilizarse en diferentes prácticas textuales. En ellas, los agentes se adscriben o configuran, a través de sus consejos, los perfiles de subjetividades determinadas. Aunque más del 70% del *corpus* (448 pantallas) no muestra indicios significativos de estos fenómenos, y reproduce más bien consejos dichos desde y para la edificación de una individualidad o un “sí mismo” que no explicita lugar subjetivo de enunciación o subjetividades a quien se dirige el consejo, el resto (192 pantallas) sí da cuenta de consejos donde se codifica el imaginario de subjetividades específicas en los que,

ocasionalmente (65 pantallas), se manifiesta la adscripción al imaginario reproducido (figuras 45 y 46). La subjetividad más frecuentemente asumida o proyectada por el limitado universo de subjetividades de mi red de amigos es, en general, la de “Mujer”; de ella se desprenden tipos como “Mujer soltera” y “Madre”; en un segundo término también cobran forma “Joven” y “Emprendedor” (más adelante se comentan). Hay otras posiciones subjetivas que se manifiestan pero que, o bien son esporádicas como “Maestro” y “Deportista” (figuras 47 y 48), o bien está asumida, en la práctica, a la luz de otra subjetividad: tal es el caso de quien es “Viajero” cuya condición se experimenta a la luz de “Joven” y que además encuentra eco en las tramas enunciativas de “Despierta, sueña”, “Vive el presente” y “Libérate” (figuras 49 y 50).

Figura 45. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer”.



Figura 45. Mediante una curaduría, el agente se adscribe explícitamente a la subjetividad “Mujer”, en particular a “Mujer soltera”.

El artículo divulgado por el agente refiere que si eres una mujer de quien la gente no se enamora se debe a que no eres una mujer dependiente, a que eres inteligente, “tozuda y peleona”. De este modo, el agente reproduce la trama subjetiva “Aprende a sentir y a pensar” y perfila una crítica al imaginario del amor romántico a partir de convenciones sociales feministas. Su adscripción a la posición subjetiva “Mujer soltera” es transparente en la curaduría: “Pues sí, me identifico”.

Figura 46. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer”.



Figura 46. Mediante una curaduría, el agente se adscribe al imaginario de mujer, particularmente al de “Madre”.

El artículo curado por el agente ridiculiza a las “mamás progresistas” que “se pasan del límite” y crían “niños raros y freaks”, entre otras cosas, por no darles azúcar, hacerlos vegetarianos y amamantarlos. El agente reproduce la trama subjetiva “Aprende a sentir y a pensar” pues el propio artículo propone que las madres se procuren de recursos más allá de “la moda” para el modelamiento de su vida subjetiva. Cabe destacar que el agente (hasta el momento en que se escribe esto) no tiene hijos pero –se comprende a través de su curaduría (“Nota”) y los comentarios al *post*– que estos consejos para “no hacer el ridículo” son una nota personal para tener en cuenta en su futuro).

Figura 47. Adscripción a la posición subjetiva “Maestro”.



Figura 47. Mediante divulgación, el agente ofrece consejos para la subjetividad “Maestro” afincados en el pensamiento positivo.

A pesar de que en mi red de amigos una de las profesiones más frecuentes es la de docente, en total se detectaron sólo dos mensajes de este tipo. En el marco de lo que el sitio *Justifica tu respuesta* denomina “Educación emocional para el aula”, el artículo brinda 10 acciones docentes cuyo fin es “conquistar el corazón” de los alumnos. El agente reproduce las tramas de subjetivación “Sé feliz” y “Aprende a sentir y a pensar”.

Figura 48. Adscripción a la posición subjetiva “Deportista”.



Figura 48. Mediante divulgación, el agente ofrece una serie de datos motivacionales a la esporádica posición subjetiva de “Deportista”.

Como en el caso de “Maestro”, se detectaron pocos mensajes de este tipo en mi red: ocho, la mayoría de ellos curadurías motivacionales (“A fortalecer el cuerpo, el alma y el espíritu”, dice una de ellas en donde el agente registra la entrada a un gimnasio). En esta práctica se divulga un artículo que recupera un conjunto de estudios científicos en los que se afirma, entre otras cosas, que andar en bicicleta hace pensar más rápido. “Esto se traduce en una frase: ‘piensa más rápido, y siéntete más feliz’ ” (Ciclografías, 2015), dice. El agente reproduce las tramas de subjetivación “Sé feliz” y “Aprende a sentir y a pensar”.

Figura 49. Adscripción a la posición subjetiva “Viajero”.



Figura 49. Mediante curaduría, el agente se coloca en la posición subjetiva de “Viajero” desde la perspectiva de “Joven”.

Otra posición subjetiva de adscripción que aparece en mi red de amigos es la de “Viajero”, particularmente orientada por el sentido de ser “Joven”. En el artículo divulgado –cuya cura remite a la adscripción evidente (“Me faltan tres!!!”)– se invita a que el lector experimente al máximo la vida, a realizar los sueños que no se han cumplido; en dicho sentido se enlistan

diez lugares en México que, aun siendo adecuados para visitarse a cualquier edad, “nunca los vivirás de la misma manera” (<http://culturacolectiva.com/10-lugares-que-tenes-que-visitar-en-mexico-mientras-eres-joven/>) si se hace siendo joven. El agente reproduce, así, las tramas de subjetivación positiva “Despierta, Sueña”, “Vive el presente” y “Libérate”.

Figura 50. Adscripción a la posición subjetiva “Viajero”



Figura 50. Mediante una creación complementada con la fotografía y una serie de etiquetas (que incluyen “#Travel” y “#Young”) el agente se coloca en la posición subjetiva de “Viajero” desde la perspectiva de “Joven”.

En este caso el agente reproduce la lógica terapéutica positiva presente en el asumido imaginario del joven que debe autorrealizarse y modelar conscientemente su reflexividad y actitudes en entornos experimentados como negativos que aquí, se entiende, se representan en la familia. Las tramas de subjetivación que reproduce enunciativamente el juego entre palabras e imágenes (que dicen lo “indecible” y fungen como elemento catártico) son “Despierta, Sueña” y “Libérate”.

Referido al inicio del capítulo, que el 79% del *corpus* haya sido producido por mujeres, que la media etaria de los 77 agentes de la mejora personal sea de 30 años y que más del 60% de ellos se dediquen a trabajos temporales o empresas personales, son datos consistentes con los lugares de enunciación y las posiciones subjetivas que más se clarifican en las prácticas textuales recuperadas: “Mujer” y sus derivaciones subjetivas “Madre” y “Mujer soltera”, así como “Joven” y “Emprendedor” son, en mi red de amigos, las subjetividades a las que los agentes se adscriben con más regularidad y que con más claridad aparecen modeladas por la lógica terapéutica del pensamiento positivo.

Es frecuente que “Mujer” y sus derivaciones subjetivas “Madre” y “Mujer soltera” se conformen alrededor de la trama enunciativa “Libérate” particularmente comprendida como una filosofía personal (tipología descrita páginas atrás). Si bien la liberación que los agentes suscriben puede referirse a la motivación y necesidad de desprenderse de actitudes o formas de pensamiento experimentadas como tradicionales, ajenas y ancladas en lo que consideran valores heredados que impiden la autorrealización como mujeres, como madres o como mujeres solteras (figuras 51, 52 y 53), también es habitual que los agentes reproduzcan mensajes de liberación en los que se exhorta desprenderse vindicativamente, no de lo ajeno, sino de sí mismas, pues es en ellas donde reside el problema del que hay que librarse para poder ser, sobre todo, mujeres y madres auténticas (figuras 54 y 55).

Figura 51. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer” alrededor de la trama “Libérate”.



Figura 51. El agente produce una discusión donde diferentes usuarias muestran la necesidad de desprenderse de valores heredados para autorrealizarse como mujeres.

Mediante la formulación de una pregunta dirigida a mujeres que aborda la cuestión entre la “vida sencilla” (casarse y tener hijos) y lo que se asume como *vida complicada* (“todo lo contrario”), el agente provoca en esta práctica una serie de respuestas en las que se observa la adscripción a las posiciones subjetivas de “Mujer” y “Madre”. En términos generales, aparece la trama de subjetivación positiva “Libérate” como una forma operativa de desprenderse de las formas de pensarse a sí mismas desde los valores considerados tradicionales para buscar y hacerse de la felicidad como mujeres y, en su caso, como madres: ni casarse y tener hijos, ni su “contrario” (ser soltera y profesionalista), ni la combinación de las dos, son cosas sencillas. La felicidad como norma parecería radicar en seguir la “filosofía

personal” (referida, antes, en la figura 32) de *vivir como uno quiera* y fuera de la carga impuesta por los valores heredados. Nota: La lógica terapéutica del pensamiento positivo opera en el sentido motivacional de las intervenciones, que implican y promueven el cuidado consciente a través de una programación de la reflexividad en aras de lograr el éxito o la felicidad personal como una convención social superior de frente a otras convenciones sociales (ser madre o ser profesionista) que se experimentan como imposiciones ajenas.

Figura 52. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer” alrededor de la trama “Libérate”.



Figura 52. Mediante curaduría, el agente se adscribe a la subjetividad “Madre” alrededor de la trama de subjetivación “Libérate” como una filosofía personal o sistema de valores que, en este caso, condiciona su manera de ser mamá.

El artículo compartido argumenta mediante dos anécdotas por qué las mamás, al enseñar u obligar a los niños a compartir, están cometiendo un error puesto que “así no funciona el mundo real”; que las mamás que acceden a que sus hijos demanden cosas no los están

preparando para un mundo donde se necesita competir, trabajar duro para obtener lo que se desea y lidiar con la frustración. Se asume, en el artículo y en la curaduría, que las formas de educación que no prevén conscientemente la frustración infantil —se pensaría que las tradicionales—deben dejarse atrás como modelos conductuales.

Figura 53. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer” alrededor de la trama “Libérate”.



Figura 53. El agente divulga consejos para la posición subjetiva “Mujer soltera” a partir de la trama “Libérate” como modelo para desprenderse de los valores heredados.

En esta divulgación el agente, mediante el artículo compartido, muestra los beneficios de salir con una mujer libre, no sólo de pareja, sino también de los imaginarios de la mujer “tradicional”: dependiente, ordinaria, aburrida y débil. Como en el caso de las dos figuras anteriores (51 y 52), se observa la motivación para dejar atrás, los modelos conductuales (“Mujer”, “Madre” y “Mujer soltera”, respectivamente) heredados a partir de la trama de subjetivación “Libérate”. Aquí, la experiencia de la soltería femenina se presenta, más que como una condición, como un estilo de vida; el artículo establece modelos de comportamiento que fingen como parámetros de “filosofía personal” de la mujer soltera: ser independiente, profunda, selectiva, empoderada y fuerte.

Figura 54. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer” alrededor de la trama “Libérate”.



Figura 54. El agente se adscribe, intervenido por una curaduría que reafirma el contenido textual del meme, a la posición subjetiva “Mujer”.

A diferencia de las anteriores adscripciones a la posición subjetiva de mujer a partir de la trama “Libérate”, en este caso dicha adscripción supone se exhorta con tono vindicativo a liberarse de sí mismas pues es en ellas donde reside lo negativo que ha de sustraerse. El consejo de mejora personal se estructura sobre la trama de subjetivación “Libérate”, decimos, habitual en las prácticas donde el agente aborda o toca el lugar de enunciación “Mujer”. En este caso el hashtag “Mujer de verdad” y su complemento en la curaduría del agente (“La lucha muchas veces inicia en el interior”) remiten a la idea de que la mujer no puede autentificarse si no se ha liberado de sí misma, si no ha abatido a esa parte de sí que le impide la autorrealización.

Figura 55. Adscripción a la posición subjetiva “Mujer” alrededor de la trama “Libérate”.



Figura 55. Tríptico que reproduce, mediante práctica de divulgación, un consejo para la posición subjetiva “Madre”.

Incluso con un tono vindicativo más virulento que en la práctica anterior, esta divulgación exhorta a liberarse de sí mismas a las mujeres —de sus maneras de ser madre— pues es en ella misma es donde reside lo negativo que impide su felicidad. El consejo de mejora personal se estructura sobre la trama de subjetivación “Libérate”, común en las prácticas donde el agente aborda o toca el lugar de enunciación “Mujer”. La figura está dividida en tres paneles cuyo conjunto reúne la imagen dramática y narcisista de una mujer que, de cuclillas en un cuerpo de agua, se inclina sobre su propia imagen para ahogarla, y un texto cuyo sentido nodal está tejido en torno de la palabra “suelta”: *deja de pensar que eres el centro del mundo, de tus hijos y de todo lo que te rodea; no sacrifiques tu vida por la vida de los otros, “suelta... y sé feliz desde tu alma desde tu corazón”*.

Además de “Mujer” y sus variantes de “Mujer soltera” y “Madre”, hay dos subjetividades de adscripción discursiva que son relevantes en el universo de agentes detectados; en este caso se configuran bajo los espectros etario y laboral respectivamente: “Joven” y “Emprendedor”. Aunado a su caracterización como “Viajero” que antes se ejemplificó, ser “Joven”, más que ser objeto de consejos, es suscrita por los agentes como lugar de enunciación. Si como “Viajero” el agente articula su discurso en torno de la trama “Libérate”, “Vive el presente” y

“Despierta, sueña”, como “Joven” aparece primordialmente la trama de subjetivación “Aprende a sentir y a pensar” en la medida de que las prácticas hacen ver la necesidad de que el sujeto se diagnostique a sí mismo respecto de conductas que socialmente serían propias de su edad. En dicho sentido, los textos que los agentes reproducen son test donde, con base en un modelo de juventud, el sujeto evalúa comparativamente su propia manera de ser joven (figuras 56 y 51).

Figura 56. Adscripción a la posición subjetiva “Joven”.

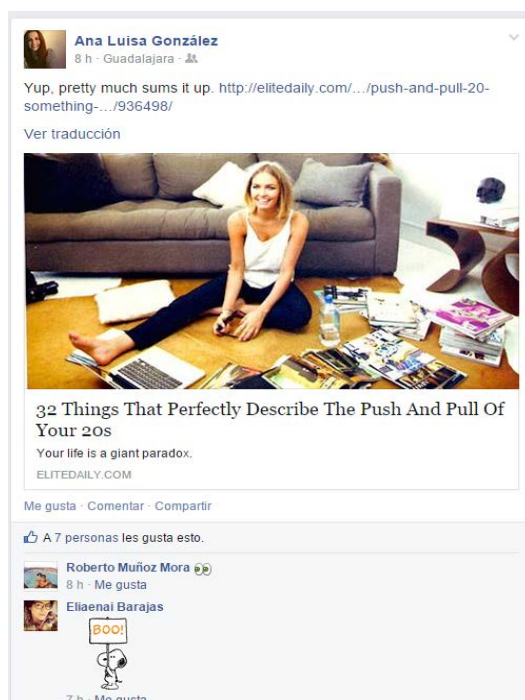


Figura 56. El agente se adscribe, intervenido por una curaduría que reafirma el contenido textual del artículo divulgado, a la posición subjetiva “Joven”.

En esta práctica el consejo de mejora personal cobra forma sobre la trama de subjetivación “Aprende a sentir y a pensar” como una manera de diagnosticar y darle sentido a la paradoja que, según el artículo divulgado, viven los jóvenes que están en su 20. La incongruencia de esta edad, en general y siempre según el artículo, consiste en proyectarse a sí mismo como un adulto con responsabilidades familiares, filiales, laborales o personales y carecer de los medios económicos, emocionales o vivenciales para ello. El modelo de juventud naturalizado (no sólo en el texto sino también en la curaduría que reafirma lo comunicado: “Yup, pretty

much sums it up”) que este diagnóstico reproduce, es el de jóvenes, sí, que son felices y que se divierten, pero cuya infancia fue medicada, que no tienen experiencia laboral, que se emborrachan y drogan todos los fines de semana, que trabajan en una *startup*, que carecen de seguro médico, que no pueden vivir sin sus padres y cuyas relaciones personales no rebasan de “la zona de confort”.

Figura 57. Adscripción a la posición subjetiva “Joven”.



Figura 57. El agente se adscribe, intervenido por una curaduría que reafirma el contenido textual del artículo divulgado, a la posición subjetiva “Joven”.

Como en el caso anterior, el consejo cobra forma sobre la trama de subjetivación “Aprende a sentir y a pensar” como una manera de diagnosticar la vida antes y después de los 25 años. Montado sobre reactivos de la vida social, laboral, emocional y familiar del sujeto, el artículo compara el antes y después de la marca etaria; aunque el antes se traza como carente de obligaciones y compromisos y el después, por el contrario, con obligaciones y compromisos, semejante al ejemplo anterior, también se destaca que después de los 25 se sigue esperando

que llegue la madurez para cumplir con ellos. También de la misma manera que el ejemplo anterior, el modelo de juventud naturalizado (no sólo en el texto, también en la curaduría) que este diagnóstico reproduce, es el de jóvenes que son felices y que gozan su juventud, pero que no tienen experiencia laboral, que su vida social gira alrededor del consumo de licor, que tienen trabajos inestables, que dependen de sus padres y cuyo futuro todavía aparece como algo relativamente ajeno.

De otro lado, aunque sí hay evidencias de adscripción a la subjetividad “Emprendedor”, la mayor parte de las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal que tocan el emprendedurismo es sus consejos, no están propiamente dirigidos a sujetos que ya son emprendedores cuanto a sujetos que proyectan el deseo o están en el proceso de serlo. Así, por “Emprendedor” defino al sujeto que, por adscripción o por proyección y en el grupo de agentes de la mejora personal de esta investigación, propone motivación o herramientas estratégicas positivas para formarse como un agente económico o social exitoso. Enunciativamente los consejos de esta subjetividad están configurados alrededor de las tramas “Despierta, sueña” y “Aprende a sentir y a pensar” (figuras 58 y 59).

Figura 58. Adscripción a la posición subjetiva “Emprendedor”.



Figura 58. Mediante una curaduría que subraya el tenor edificante del mensaje, el agente, si bien no manifiesta una adscripción palpable a la subjetividad “Emprendedor”, al menos sí se proyecta como experto en el empleo de estrategias que conducen al éxito.

La infografía compartida por esta práctica está organizada sobre la trama “Aprende a sentir y a pensar”, pero la curaduría ofrece sentido al aprendizaje desde la trama “Despierta, sueña” pues hace consciente que se ha estado *dormido* (al ver la “tele”) y que hay que estar en la verdadera vigilia que representa “trabajar en tus sueños”. En la infografía se muestran diferencias en formas de hacer y pensar entre lo que se considera “Gente exitosa” y “gente fracasada”. Esta comparación del éxito con su opuesto sirve para tomar el pulso personal y motivar la capacidad emprendedora de los sujetos con base en reactivos como la capacidad para aprender, para hablar sobre ideas, para vivir el presente, para analizar holísticamente, para trazarse metas o para ser feliz.

Figura 59. Adscripción a la posición subjetiva “Emprendedor”.



Figura 59. Mediante curaduría donde hace notar que está en proceso de alcanzar el nivel óptimo de estrategias de productividad que han de realizarse antes del desayuno, el agente se adscribe a la subjetividad “Emprendedor”.

Del mismo modo que el caso anterior, el consejo ofrecido a través del artículo reproduce la trama de subjetivación “Aprende a sentir y a pensar”. “¿Y qué hacen los ejecutivos y emprendedores exitosos cuando están frescos en la mañana?” se pregunta en el artículo. La respuesta, articulada mediante ejemplos de CEO famosos, de que “las mañanas brindan una reserva de poder de voluntad y las personas tienden a ser más optimistas” y de una serie de

conductas productivas: Hacer ejercicio, levantarse antes de las seis de la mañana, trabajar en un proyecto prioritario, planear el día, “conectarse con la pareja” o hacer “*networking* con un café”. Ese conjunto de conductas que optimizarían el emprendedurismo hacen las veces de reactivos que examinan al agente: “Aún me faltan varias por hacer”, dice en su curaduría.

Hasta aquí he hecho descripciones de ánimo objetivo de tramas de subjetivación positiva que tienen lugar en el nivel enunciativo de las prácticas de comunicación de agentes de la mejora personal y de otras incidencias isotópicas que enriquecen la comprensión de estas prácticas: personajes que son empleados en ellas y subjetividades que son aconsejadas o que representan el lugar de enunciación que adopta el agente. En el siguiente capítulo –en consideración con la pregunta de investigación, y a la luz de los aspectos teóricos recuperados y deducciones que derivan de ellos– interpreto el sentido del conjunto de estas tramas de subjetivación.

Capítulo 6

De gurús, Drama y Precariedad

A través de la interpretación del conjunto de tramas de subjetivación enunciativas detectadas y descritas en este estudio, procuro construir parte del sentido subjetivo y social de los modelos conductuales y psicológicos positivos con los que los agentes de la mejora personal se auto-producen en sus prácticas comunicativas mediadas por Facebook. Este objetivo implica tres presupuestos de operación.

Primero, partiendo de principios ontológicos y hermenéuticos de filiación heideggeriana³¹, al “interpretar” las tramas de subjetivación positiva no pretendo desocultar una realidad trascendente que da origen y dirección teleológica a las tramas de subjetivación, sino, más bien, proponer explicaciones sobre las lógicas hermenéuticas y socioculturales que les dan forma en tanto tramas enunciativas.

Segundo, que la recreación interpretativa tiene como horizonte de comprensión la asunción de que es el propio agente quien, en sus prácticas como divulgador, curador o creador de mejora personal, se auto-produce actualizando una forma de subjetivación cuyo medio de interacción son textos multimediados en un espacio público que semánticamente operan a nivel enunciativo, narrativo y simbólico.

Tercero, aunque desde la construcción de una base teórica para una antropología histórica del pensamiento positivo lo óptimo sería proponer explicaciones de las prácticas de los

³¹ Anteriormente referí que en la constitución ontológica del “ser-ahí” como el ser que no se da a sí mismo en posesión, conviven “encontrarse”, “comprender” y el “lenguaje” como estructuras existenciales con las que el “ser-ahí” se constituye como “ahí” y no como “cosa” o “ente”. Sobre esta base de la experiencia del ser humano, Heidegger desmonta la subjetividad trascendente cartesiana, que coloca en el *cogito* (en el *pienso*) la causa de la existencia, mientras él lo hace, antes, en el *soy*. Un *soy* que habita *mundanamente*; esto es, que, antes de pensarlo, propiamente *se ocupa* del mundo como un ser-arrojado, como una trayectoria vital forjada y experimentada interpretativamente (Heidegger, 1971).

sujetos a partir del rastreo e interpretación diacrónica de cada una de las tramas detectadas (de manera que se reconstruyera histórica y críticamente los rizomas político, económico, religioso, cultural o tecnológico que configuran a cada una), dicho propósito desborda los objetivos del presente trabajo doctoral. Así, en consonancia con la pregunta de investigación y con el anterior supuesto, considero que las prácticas comunicativas de los agentes representan un corte sincrónico del plexo de tramas enunciativas. En ellas observo la operación de un dispositivo que, sobre todo a través de la recodificación, naturalización y mediatización positiva de discursos sociales históricamente contruidos, establece procesos de espiritualización de los que se vale el agente para construirse un perfil mediático reflexivo y propositivo, y para comunicarse con, y hacer hablar a aquello que experimenta como su interioridad espiritual.

Con este imaginario como norte, enseguida planteo una serie de ideas que interpretan el conjunto de tramas antes descritas. Con la figura de “gurú” como recurso analógico para caracterizar la personalidad con que se proyecta reflexiva y mediáticamente el agente de la mejora personal, se propone pensar a las tramas enunciativas como la articulación de una propuesta dramática de autorrealización, por un lado, y, por otro, como discursos culturales actualizados por el pensamiento positivo, cuyo empleo sugiere que es una forma de espiritualizar la precariedad.

6.1. El gurú: proyección reflexiva y mediática

Así como “gurú”, figuras como las de *coach* o *personal trainer* son cercanas a lo que pienso que es el núcleo semántico que proyectan enunciativamente las prácticas comunicativas de los agentes de la mejora personal. En ellas aparecen elementos torales que dan sentido a las tramas de subjetivación y a las instantáneas descritas páginas atrás: las subjetividades aparecen como promotores de la transformación y la autorrealización personal; su ejercicio magisterial tiene características dramáticas³²; se asume que están en un contacto constate y consciente con su interioridad reflexiva y emocional; se requiere una persona o un grupo de personas a quienes orientar; son figuras que poseen conocimientos determinados que frecuentemente también se manifiestan abiertas para el aprendizaje; simbólicamente son una autoridad; ofrecen herramientas para la mejora que demandan una voluntad maximizada para ello; y recuperan la idea de que son figuras magisteriales en el cuidado de sí que están fuertemente relacionadas con la cultura popular contemporánea.

A pesar de esta serie de similitudes con *coach* y *personal trainer*, la analogía con “gurú” sirve para también pensar al agente como un promotor de una espiritualidad sostenida en la concienciación de sí mismo, puesto que en lo esencial considero que procuran promover — los gurús y el agente— cómo abrir y sostener una comunicación con la interioridad psíquica o emocional que se experimenta de difícil acceso o poco clara para la conciencia, y de cuya accesibilidad dependería la autorrealización.

³² En consideración de las representaciones teatrales de su época, en su *Poética*, Aristóteles elabora una fenomenología dramática (2000, p. 10) que persiste en su mayor parte en los estudios sobre estética y arte de nuestros días. Señala seis partes constitutivas desde la experiencia del espectador. El drama tiene: argumento o trama (secuencia de acciones plantean un relato), caracteres éticos (el personaje es reconocido porque sus acciones corresponden a una forma de ser), recitado (palabras que son dichas), ideas (las acciones representan ideas), espectáculo (hay distancia física y ética entre lo que sucede en el espacio imitativo abierto por el escenario y el espectador que mira) y canto (la melodía de la voz y, en su caso, del instrumento que lo acompañaba). El carácter “dramático” de las prácticas de los agentes, pues, no debe entenderse peyorativamente como un ejercicio de exageración de las pasiones, sino como el espectáculo público de las ideas y tensiones positivas de un carácter ético (el agente).

El término “gurú” posee dos acepciones fundamentales vinculadas al sentido genérico de “maestro” o “autoridad”. Por un lado, la que lo vincula con su origen histórico hindú, como guía personal religioso y encarnación de la verdad espiritual profesada; por otro, en un sentido contemporáneo y occidental, como una persona reconocida por ser alguien que influye en los demás con base en su carisma, experiencia o liderazgo en uno o más ámbitos determinados: empresarial, tecnológico, artístico, psicológico, etc. (DRAE, 2017; Merriam-Webster, 2017; Encyclopaedia Britannica, 2017; Collins, 2017). En este mismo perfil occidental, Jackson (2001) ofrece una distinción relevante para caracterizar al agente como un gurú: frente al consultor, el gurú es reconocido más bien por su originalidad, energía y habilidad para sintetizar en frases memorables lo que los otros reconocen inmediatamente como verdad; el “académico”, por su parte, es “tipificado como una figura torpe, confusa e inútil frecuentemente usada por los gurús para demostrar lo que ellos no son” (p. 12).

Aunado a estas características habría de sumarse que, desde su ingreso en la cultura popular, particularmente a partir del gurú Paramahansa Yogananda —reconocido *swami* hindú que alcanzó una gran popularidad en Estados Unidos a partir de la década de los veinte del siglo pasado y autor del influyente libro superventas *Autobiografía de un yogui* (2008)³³— esta figura también se ha caracterizado por utilizar a los medios de comunicación masiva para dar a conocer sus enseñanzas, al grado de que al día de hoy es indisoluble del orbe mediático. Desde el propio Yogananda, quien enviaba sus cursos en correos masivos y fue pionero al promover su mensaje a través de una serie radiofónica grabada en *KECA Radio*, en Los Ángeles, en 1934 (<http://www.paramhansayogananda.com/on-this-day/?date=03-11>), hasta los numerosos gurús contemporáneos del cuidado de sí que, más allá de los seminarios,

³³ Este gurú, de origen hindú, arribó a Estados Unidos en 1920. Si bien no fue el primero en difundir los beneficios espirituales del yoga en dicho país, sí fue el primero que cobró eco nacional y, después, internacional. Fue elogiado por el presidente norteamericano Calvin Coolidge (1923-1929), maestro de numerosos empresarios y personalidades de la época, y fundador de la organización *Self-Realization Fellowship* (SRF), cuyos centros de instrucción se hacían llamar *Church of all religions*. Es sabido que sus enseñanzas influyeron en personalidades como Gandhi —quien también promovió la lectura de *Piense y hágase rico*, de Napoleon Hill (2008)—, George Harrison —quien tenía esparcidos en su casa copias de *Autobiografía de un yogui* (Yogananda, 2008), para sí o para regalar a sus visitantes— o Steve Jobs —en cuyo servicio funerario se repartió también este libro que, se presume, es el único que llevaba en su *IPad*. (Yogananda, 2008; Di Florio et al., 2014).

cursos o conferencias, han encontrado en los medios tradicionales y digitales su hábitat de repercusión. En Guadalajara, por ejemplo, Adriana Corona es un caso sintomático que ha logrado articular en torno de sí un conglomerado mediático que reúne radio (*Simplemente Adriana*, en 105.9 de FM), libros (*Simplemente hazlo*, *Cuando Dios dice te amo*), blog (<http://simplementeadriana.com/Site/news.php?id=18>) y redes sociales (Facebook: <https://www.facebook.com/AdrianaCoronaGil/>; Twitter: <https://twitter.com/adrianacoronag>; Instagram: <https://www.instagram.com/simplementeadriana/>; y YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCBnvvI14fxHW7BbVA0OpJIQ>).

Si bien no hay evidencias de que alguno de los agentes de la mejora personal de mi red de amigos se ciña a los aspectos ontológicos de una figura religiosa, destaque por su liderazgo en algún ámbito de la vida social o su nombre aglutine un conglomerado mediático, a través de los consejos “Sé feliz”, “Despierta, sueña”, “Resiste”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar”, “Libérate” y en las instantáneas que reconstruyen sus perfiles, el agente se proyecta reflexiva y mediáticamente al menos con nueve características inferidas a partir de lo señalado:

1. El agente es reconocido en su ámbito (la red social) por proveer consejos que buscan influir de manera positiva y ser promotores de la transformación personal conforme a lo que se considera culturalmente apropiado.
2. La fuerza que motiva el logro de aquello que aconsejan las tramas es la fuerza de voluntad.
3. Su forma de aparecer contiene elementos dramáticos: fenoménicamente hay un escenario particular (Facebook) y espectadores a quienes se dirigen las ideas (Amigos); el agente es un carácter que puede distinguirse por sus formas de ser del universo de amigos de la red social; es frecuente que se genere una tensión dramática o trama que obra en el *continuum* temporal de las prácticas comunicativas (agentes que dan cuenta de su situación laboral, de las tensiones familiares, de la consecución de logros personales) o que, en un sólo mensaje el agente se presente como el protagonista de un conflicto: “Si queremos que nuestra vida sea íntegra, además de satisfactoria, hay que aprender a darle valor a nuestra extraordinaria capacidad para

transformarnos, sea por el camino del anhelo, o lo sea a través del dolor. Lo bueno no es solo vivir cosas bonitas, sino embellecerse en el proceso de duelo y aceptar que las decepciones son la antesala de la sabiduría”, refiere uno de los agentes, como curaduría, a un artículo sobre el sufrimiento publicado en *El País* (https://elpais.com/elpais/2014/08/22/eps/1408717937_675788.html).

4. Naturalizado por la plataforma social y sus esquemas tecnológicos y retóricos, el estilo de los consejos tiende a ser textualmente sintético (Berlanga y Martínez, 2010), de modo que pueden ser fáciles de llevar a la memoria y de repetirse como ensalmos positivos: “Reto para hoy, trabajar más en el ser y no en el tener”, “*Do not feel lonely, the entire universe is inside you*”, “Llegar a ser lo que uno es, es la más grande felicidad”.
5. Debido sobre todo a su carácter admonitorio y emotivo, los consejos del agente se proponen ser enérgicos y cargados de cierta originalidad o creatividad: “No tengo miedo de perder mi empleo, me da más miedo tenerlo siempre”; “*Decide what it is you want./ Write that shit down./ Make a fucking plan./ And.../ Work on it./ Every./ Single./ Day.*”; o, como se ha visto en la instantánea 8, el sujeto compara el camino al éxito empresarial y personal con el silencioso ascenso al Popocatepetl.
6. De la misma manera que ocurre con diferentes productos asociados a la cultura de la autoayuda (libros, conferencias, artículos), los mensajes suelen desestimar las complejidades teóricas y metodológicas de la producción académica y se apela a lo útil y eficaz, a la sentencia apodíctica que no admite discusión (“Sé feliz”, “Dios te ha hecho responsable de una sola persona: de ti”) o a programas precisos que frecuentemente se anuncian (en la divulgación y curaduría) con enlistados (“10 cosas que debe saber un emprendedor”, “5 hábitos de la gente exitosa”). En los casos donde se cura o divulga información de estudios académicos, lo común es que sean mediados por una fuente periodística (*The New York Times*, *The Huffington Post*, *El País*, *Upsocl* o *Genial*, por ejemplo) que la refiere en una columna de opinión o por medio de un artículo donde reseña y simplifica la investigación en marras.

7. Los consejos configuran una suerte de *corpus* de programas de comunicación y de comportamiento consigo mismo³⁴. Semejante a la figura tradicional del gurú, considero que el agente provee y hace circular códigos de espiritualización a través de cuyo ejercicio consciente el sujeto accedería, en este caso, a una conciencia mejorada o superior de sí mismo que le permitiría optimizar su comportamiento.
8. En continuidad con el punto anterior, tanto el gurú como el agente proveen herramientas accesibles para hablar del espíritu humano en un vocabulario trascendental que se aleja del dogma, la doctrina y las ritualidades asociadas a las religiones.
9. Así como el gurú ha hecho de los medios de comunicación un ámbito propicio para manifestar sus enseñanzas, el agente es, en los límites de esta investigación, un sujeto que se configura debido al entorno mediático donde sus expresiones positivas tienen lugar.

A partir de este marco general de formas en que mediáticamente se presenta el agente de la mejora personal con características de un gurú, en los dos apartados que siguen propongo, primero, un grupo de interpretaciones hermenéuticas de las prácticas de los agentes, particularmente en torno de la idea de que en las tramas enunciativas se articula una propuesta dramática en torno de la autorrealización; y, segundo, un conjunto de ideas alrededor de la noción de que las tramas enunciativas son discursos culturales actualizados por el pensamiento positivo cuyo empleo sugiere que es una forma de darle sentido a la precariedad; en este caso, vía su acondicionamiento espiritual.

³⁴ Ampudia (2006, 2007, 2010) destaca la dimensión social de la literatura de autoayuda como una gestora y reguladora del comportamiento para la socialización. En el caso de esta tesis, el pensamiento positivo es observado como un codificador espiritual del comportamiento del sujeto consigo mismo.

6.2. Autorrealización dramática y examen de la conciencia

Como parte de la línea editorial de *Tec Review* (revista del Tec de Monterrey), se publican semblanzas que abordan la trayectoria profesional y reflexiones acerca de cómo influyó el Tec en la historia de éxito de prominentes exalumnos como Eduardo Tricio (presidente del grupo Lala), José Antonio Fernández (presidente de FEMSA) o Ernesto Torres Cantú (director general de Banamex), por señalar algunos. Además de que las semblanzas configuran en sí mismas un *corpus* de narrativas heroicas (la vida empresarial o profesional de los sujetos es presentada desde una experiencia o situación de origen que podría haber anulado su proyección exitosa), también suelen ser un ejemplo integrado y análogo del performance dramático con que se obra en Facebook, y de la relación paradójica y evaluadora que se teje teóricamente entre la autorrealización y la trascendencia que observo en las tramas de subjetivación enunciativas.

En su número 5 (dedicado a figuras femeninas emprendedoras y cuya portada apunta a replicar el discurso de desprendimiento de los valores y formas de pensar heredadas de la trama “Libérate” y “Resiste”: ver figura 60) la semblanza correspondiente —sobre la empresaria Blanca Treviño³⁵— está particularmente diseñada sobre el sentido de la crisis como motor de la autorrealización del sujeto³⁶. Sumado a este componente natural de conflicto en la trama biográfica, al factor de que el texto construye un carácter ético modélico de corte empresarial que resuelve positivamente los conflictos a los que se enfrenta, y del soporte material propio del diseño de la revista (dos fotografías del sujeto y viñetas para profundizar en la caracterización del personaje: “Filosofía” y “Análisis”) que crea la ilusión del espectáculo en torno del éxito de un personaje, el discurso de la empresaria conduce la

³⁵ Una de los fundadores y *CEO* de Sofftek (importante empresa mexicana dedicada al *outsourcing*). Fue catalogada por Forbes México (<https://www.forbes.com.mx/las-10-mujeres-mas-poderosas-de-mexico-en-2015/>) como la novena mujer más poderosa del país.

³⁶ El título de la nota es “Una crisis determina lo que sigue en tu vida”. En el desarrollo del texto se recuperan tres estados de crisis que han determinado su éxito: la conflictiva elección de carrera, la crisis de 1982 que gestó la fundación de Sofftek y la quiebra financiera de la compañía en 1998 que derivó en que ella comenzara a desempeñarse como *CEO* de la misma en el 2000 (Fernández de Lara, 2016, pp. 12-16).

lectura a una comprensión dramática de la autorrealización montada en el sentido de la “trascendencia”.

Figura 60. Mujeres emprendedoras: autorrealización a partir de la crisis.



Figura 60. Portada extendida del número 5 de la revista Tec Review dedicada a las mujeres emprendedoras. En ella se replican los discursos de las tramas enunciativas “Libérate” (“Eliminar barreras mentales es la clave”) y “Resiste” (“No tienes derecho a darte por vencida”, “El éxito es el resultado de la persistencia”, “Es difícil pero no imposible”, etc.). Fuente: Tecnológico de Monterrey, 2016.

De este modo, en la viñeta “Filosofía” —y subtitulada “Tu nombre es lo que trasciende”—, el autor de la nota refiere que

Blanca Treviño es corredora de maratones en los aeropuertos, jugadora de canasta y amante de los deportes extremos. Su objetivo es trascender, más allá del éxito de un negocio. “Mi padre decía algo bien cierto: te puedes morir rica o pobre y es lo mismo. Pero lo que nunca se desprende de ti es tu nombre; que logres decir que es sinónimo de algo es trascender. Es dejar una huella más allá de tu entorno más cercano. En Softtek no importa si están en Brasil, Argentina, China o India, la cultura es parecida; eso significa que algo de tu cultura se permeó, que te atreviste a hacer cosas inesperadas o a romper un paradigma”. (Fernández de Lara, 2016, p. 15).

Según lo señalado en los encuadres teóricos, la autorrealización supone que el sujeto es producto del modelamiento consciente, programático e inacabado de sí mismo con el fin de

experimentar felicidad o formas óptimas de inserción social. Como en el caso de las prácticas comunicativas de los agentes que se estudian en este trabajo, en el extracto dispuesto la autorrealización se verifica en la trascendencia al grado de que una y otra, según la lógica positiva, se definen circularmente: autorrealizarse es trascender y trascender es autorrealizarse.

Amén de entender a la precariedad como un estado existencial desde el que cobra sentido y se modela la vida (“Las crisis te ayudan, te prueban (...) si no nos hubiera pasado esa crisis —la quiebra de la empresa de 1998— seguiríamos con una visión un tanto marginal”, dice Treviño), una clave para interpretar a la autorrealización como la trascendencia positiva, reside en el hecho de que, en este caso, el signo de auto-fundamento que utiliza el sujeto es el propio nombre³⁷. El nombre —rasgo simbólico inherente al individuo— es la marca de la circularidad conceptual “autorrealización-trascendencia” en la medida de que, una vez extrapolado el nombre propio al nombre de la empresa, el sujeto rompe la barrera de lo inmanente (el terruño, lo esperado, los paradigmas heredados) y se coloca como un sí mismo trascendente, soberano y colonizador en un más allá colonizado (Brasil, Argentina, China o India) por lo que la cultura empresarial de su nombre representa. Es una suerte de historia dramática de la conquista de los otros a partir de la conquista de sí mismo con base, sobre todo, en los discursos de la liberación y la resiliencia que se encuentran en las tramas “Libérate” y “Resiste”.

Ahora bien, a pesar de la paradoja que implica la circularidad conceptual autorrealización-trascendencia³⁸, hay razones para considerar que la lógica terapéutica del pensamiento

³⁷ Es interesante destacar que el puente gnoseológico para acceder a esta verdad de sí mismo sea el propio padre. Desde la noción lacaniana “Nombre-del-Padre” —donde la metáfora paterna y su complejo de castración constituye el núcleo de toda operación de subjetivación y, por ende, se relacionaría con la entrada al lenguaje, a la cultura o a la Ley (Lacan, 1999)—, es sintomático que su alusión esté entrelazada con la enunciación de lo que para el sujeto representa la “trascendencia” y con la extrapolación del nombre propio al nombre de la empresa.

³⁸ Como lo ha hecho notar Lévinas (1997, 1999), un aspecto central de las interpretaciones religiosas y filosóficas de “trascendencia” en cuanto movimiento dirigido al rompimiento de un estado del ser para entrar

positivo articula dicha experiencia a través de la codificación espiritual que opera en, este caso, en el nivel enunciativo y que, se presume, también lo haría en los niveles narrativo y simbólico de las prácticas.

Si etimológica y filosóficamente “trascender” sugiere no estar más en uno mismo y no transportarse como “uno mismo” en la trascendencia, el pensamiento positivo modela un tipo donde el sujeto lo logra en la autosuperación constante y consciente de sí. De este modo – como se alude en el texto sobre Blanca Treviño– en el modelo de trascendencia positiva el sujeto no sólo se transporta a sí mismo en esa experiencia limítrofe, también hace que la autorrealización sea edificable y consciente a través de ejercicios continuos de autosuperación.

En este sentido, considero que los consejos articulados por las tramas enunciativas de subjetivación de los agentes establecen modelos de comportamiento y superación personal que, en perspectiva de la autorrealización, codifican formas de evaluar la conciencia de los sujetos. Esto es, las recomendaciones alrededor de la felicidad (“Sé feliz”), de la voluntad consciente de realizar los sueños³⁹ (“Despierta, sueña”), de la capacidad de darles sentido a las experiencias negativas (“Resiste”), de la experiencia plena del presente (“Vive el presente”), del conocimiento y dominio de uno mismo (“Aprende a sentir y a pensar”) y de una vida libre de ataduras (“Libérate”) fungen como reactivos para el continuo examen de conciencia necesario para la autorrealización y como prescripciones de comportamiento que plantean la trascendencia individual como la mejora constante y consciente de uno mismo.

En breve, a partir del artículo sobre la empresaria Blanca Treviño, se han esbozado elementos que, a partir de este ejemplo integrado y análogo, introducen nociones respecto del tono

en otro estado, es que el sujeto trascendente no puede transportarse en su propia trascendencia en cuanto tal. Por el contrario, en la trascendencia descrita en el ejemplo, el sujeto se transporta conscientemente en un movimiento que coincide con la autorrealización. La paradoja, pues, es que el “ir más allá de uno mismo” propio de la trascendencia es, en la lógica positiva, construirse y superarse continuamente a sí mismo.

³⁹ “Sueños” en el sentido de imágenes o fantasías fijadas que son experimentados por el sujeto como deseos realizables.

dramático que prevalece en las prácticas comunicativas de los agentes y de cómo la contigüidad teórica entre trascendencia y autorrealización está acompañada de formas de vigilancia de sí mismo. Estos elementos sugieren tres ideas que a continuación expongo y que trato de integrar con observaciones al *corpus* de prácticas.

6.2.1. Proyecto: estrategia expresiva y de comprensión biográfica

La primera idea reúne las dos maneras teóricas de comprender la naturaleza proyectual del agente y el entendido de que Facebook es un espacio performativo y configurativo de subjetividades. Siguiendo a Goffman (1981), las tramas enunciativas de subjetivación hacen las veces de ideas o discursos que brindan control de la situación comunicativa a través del que los agentes llevan a cabo un *performance* dramático reflexivo y propositivo que, sugiero, es comparable al de un gurú. Por otro lado, conforme al constructo “pro-yecto” de Heidegger (1971) y a la consideración de que en las tramas de subjetivación las personas se auto-producen como agentes, considero a estas tramas como horizontes de comprensión que hacen accesible y asequible su propio devenir biográfico; es decir, con el acto de *expresarse* a través de las tramas enunciativas, el agente estaría experimentando una relación sana consigo mismo debido a que mediante ellas accedería a su interioridad emocional y experimentaría la capacidad de modificarla positivamente (figura 61).

Figura 61. Doble sentido proyectual de las prácticas de los agentes.

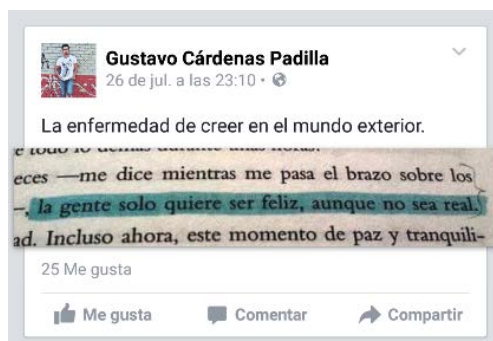


Fig. 61. Práctica de curaduría donde se muestra la doble naturaleza proyectual del agente de la mejora personal: como estrategia expresiva y como comprensión biográfica.

Pienso que en esta práctica el agente interpreta una frase construida sobre el principio discursivo “Sé feliz” (meme que reproduce una frase de *Insurgente*, *best seller* de Veronica Roth: “la gente solo quiere ser feliz, aunque no sea real”), mediante la trama enunciativa “Despierta, sueña”, pues “la enfermedad” sería vivir la realidad del “mundo exterior”, y el agente, de forma tácita, aconseja despertar a la (en la) fantasía interior.

Así, en el tono mediático del gurú, emplea dos frases memorizables, creativas y sintéticas que trasuntan reflexividad, autoridad y dominio respecto de la interioridad espiritual. Además, se suma como elemento a la tensión dramática del meme (el axioma del meme nace de una oposición entre la interioridad subjetiva y la exterioridad “real”), la resolución positiva del agente, quien califica —visto desde la búsqueda de la felicidad— a la creencia en “el mundo exterior” como una enfermedad. Este conjunto de elementos brinda un *performance* dramático, reflexivo y propositivo al agente.

Por otro lado, si ya el reactivo emocional positivo de la trama “Sé feliz” que se deduce del meme es una herramienta expresiva que se comprende como la traducción de una forma de pensar del agente respecto de la felicidad y el mundo interior, la curaduría es un signo que refrenda y esclarece el tipo de gobierno de sí mismo con el que el agente comulga y, además, claves para experimentar ese tipo de gobierno (*respecto de la felicidad, no creas en el mundo exterior; el mundo exterior no existe*). A su vez, dichas claves obtenidas en la enunciación del sujeto fungen como reactivos o indicadores de un examen público sobre la forma positiva (*el interior anímico gobierna sobre el exterior “real”*) en que la consciencia lidia con la felicidad.

6.2.2. Facebook: espacio dramático

La segunda idea es una inferencia que surge a partir de la idea anterior y se enlaza teóricamente con la tercera: considero que Facebook, puesto que es observado como un espacio performativo, es también un escenario estética y fenoménicamente dramático, visto

particularmente desde las prácticas de los agentes de la mejora personal (figura 62). Ello implica cinco supuestos:

- a) Aunque virtual, la pantalla funge como una frontera ética del mismo modo que un escenario lo es para el espectador; lo que acontece en ese espacio, está signado por una separación vivencial que se aprende a codificar y discernir⁴⁰ como una realidad distinta o virtual.
- b) Amén de que aparezca en una pantalla y del conjunto de condiciones tecnológicas que permiten la multimedialidad, la interacción y la conformación de retículas sociales, Facebook está diseñado para privilegiar y hacer eco público a la construcción de un perfil individual donde, desde la teoría, el usuario se autoproduce en un número indeterminado de subjetividades que lo caracterizan y sobre las que tendría control creativo conforme a un número determinado de recursos culturales, simbólicos y tecnológicos disponibles; aquí se considera que el agente de la mejora personal es uno de esos caracteres creados, y que se modela subjetivamente disponiendo de rasgos expresivos semejantes a los de un gurú y de discursos socialmente contruidos que proveen ideas argumentales⁴¹ incorporadas en su *performance* de autorrealización.
- c) Este *performance* esclarece su tensión en el carácter admonitorio y narrativo que le es propio al consejo: aunque no haya claridad sobre la situación conflictiva que lo

⁴⁰ Son famosas las anécdotas donde los espectadores hubieron de aprender a discernir la experiencia sensible de la realidad estética del espectáculo como una realidad diferente a la del contacto ético que se experimenta sin escenario de por medio. Sirva para ilustrar este punto la falsa anécdota (no por falsa, menos verosímil) en torno de *La llegada de un tren a La Ciotat*, película de los hermanos Lumière; en dicha anécdota se cuenta que los espectadores salieron despavoridos del *Salon Indien* del *Gran Café*, creyendo que el tren que se acercaba en la imagen proyectada sobre el lienzo blanco efectivamente desbordaría los límites de la pantalla y los arrollaría. En un sentido teórico, García Bacca, en su notable estudio introductorio a la *Poética* de Aristóteles (2000), subraya que el carácter imitativo del drama al que se refiere Aristóteles (producto de la *lejanía* generada por el escenario que transforma lo *ético* en *estético*) no es un simple movimiento ficcional, sino uno que depura al personaje en cuanto a lo que es por sus acciones y palabras; es decir, que en la representación imitativa que tiene lugar en el escenario, no sólo se observan las vicisitudes de un personaje, sino que, desde la interpretación del espectador, se observan las ideas e ideales subjetivos que las acciones y palabras del personaje representan.

⁴¹ En esta situación utilizo “argumento” en su sentido dramático como el asunto central sobre el que giran las acciones o palabras.

origina, su sola presencia implica la posibilidad de que haya habido o exista una y de alguien que sea objeto de una admonición.

- d) Hay mecanismos de visibilización que aquí se denominan “divulgación”, “curaduría” y “creación”; cada uno de las cuales es una estrategia que aglutina y organiza la tensión dramática de diferente manera. La divulgación sugiere que la tensión se deposita abiertamente en el sentido común, en “lo que se dice”, en lo que circula en la red: aunque de manera tácita el agente se apropia de lo dicho —pues por voluntad propia los integra en su “biografía”— la tensión traslada parte de su fuerza dramática a “lo que se dice”, de lo que circula en la red. La “curaduría” implica un ejercicio interpretativo que acumula tensión performativa en el modo en que el agente se posiciona —ya sea para hacer eco, matizar o abiertamente discutir— ante aquello que se divulga. La “creación”, así sea un manido “Sé feliz” o un consejo basado en una exposición reflexiva, coloca la fuerza dramática en el agente; fuerza que tiende a incrementarse cuando habla de sí mismo (fenómeno que evidentemente se replica en las curadurías donde se advierte una suscripción plena con lo divulgado).

Figura 62. Facebook practicado como espacio dramático.



Figura 62. Tríptico de prácticas de los agentes que muestra a Facebook como un escenario estética y fenoménicamente dramático.

Estas tres prácticas, como el resto de las prácticas de los agentes de la mejor personal analizadas en esta tesis, abren una realidad escenificada debido a un cúmulo de factores: la

pantalla se codifica como una realidad distinta o virtual, hay un usuario que aparece como autor o responsable de la reproducción de un mensaje divulgado mediáticamente cuya obra subjetiva se concentra en una “biografía” (en el caso de esta tesis, se interpreta al “personaje” *agente de la mejora personal*) y el agente se expresa con rasgos semejantes a los de un gurú (estilo sintético, creativo, aconseja, manifiesta dominio de su interioridad emocional, demanda fuerza de voluntad para el cambio, ofrece ideas sencillas y accesibles para comunicarse consigo mismo). Igualmente, cada práctica involucra diferentes niveles de tensión dramática. Me explico.

La primera imagen es una divulgación donde el agente se adhiere tácitamente a un consejo que se toma del flujo de “lo que se dice”, un consejo que parte de la existencia del conflicto de no ser feliz estando acompañado, y que termina con el desenlace positivo de proponer ser feliz solo. La tensión dramática, pues, se deposita en este sentido común que se recupera en el meme.

La segunda imagen es una curaduría de un artículo (publicado en *Genial Gurú*) sobre cómo lidiar con manipuladores. El agente se coloca subjetivamente como uno de estos —la frase “¡Soy jodido y malvado psicópata!”, aunque entrecomillada, no está en el texto compartido que advierte al lector cómo enfrentar a un manipulador con base en “Tus derechos inalienables”— y, con este contrapeso asumido con el verbo “soy” y reforzado por la imagen de un conocido personaje manipulador y psicópata, acumula tensión dramática al interpretarse en el escenario como una suerte de anti-héroe respecto de aquello que divulga.

La tercera imagen es una creación que proporciona un triple espectro de dramatismo. En primer lugar, el agente se coloca en el centro del mensaje con un “Reitero” que asume que lo que se dice enseguida ha sido dicho antes y que nosotros, los lectores, habríamos de estar enterados de este hilo narrativo de sí mismo y, después, con la primera persona del plural “Olvidemos” a través del que el lector se incorpora enunciativamente al consejo que le sigue. En segundo lugar, el tono elegíaco inicial se resuelve positivamente mediante el aprendizaje consciente de formas de experimentar la vida sostenidas en la voluntad (ella, la voluntad, sería el insumo básico para olvidar “el mal que intentó destruirnos” —¿la muerte?, ¿lo que

perdura?— para vivir entregados a la experiencia de fenómenos pasajeros que alimentan la emocionalidad: el espectáculo, *lo impredecible, lo encantador o lo mágico*... pues si “todo va, todo viene”, parece que, en este caso, lo que da sentido a la autorrealización es la experiencia o la memoria de lo fugaz que ha sido sentido a plenitud). Por último, el agradecimiento a Dios y a los amigos “por siempre estar” en la batalla individual que supone “estar en pie”, recuerda a la función narrativa del “ayudante” que favorece la acción del héroe (Propp, 1977).

6.2.3. Examen de consciencia positivo

La tercera idea que deriva del tono dramático de las prácticas y de la contigüidad teórica entre trascendencia y autorrealización es que hermenéuticamente estas prácticas comunicativas son un indicio de la actualización post-religiosa de la exomologesis y exagoreusis como formas del examen de la conciencia y que las tramas de subjetivación enunciativas fungen como temas e indicadores de dicho examen (figura 63). Como en la anterior, esta idea supone cuatro consideraciones.

- a) A diferencia del examen de conciencia cristiano, que prevé el desciframiento de las imágenes espirituales para identificar los pensamientos que pusieran en peligro al alma o que perturbaran la contemplación de Dios, el examen de conciencia ligado al pensamiento positivo —que aquí se relaciona con las prácticas de los agentes de la mejora personal— es un examen terapéutico de los pensamientos que obstaculizan la autorrealización.
- b) Así como las virtudes teologales, los diez mandamientos o los pecados capitales modelan el examen de conciencia y la confesión cristianas, los consejos formulados sobre la lógica terapéutica positiva alrededor de la felicidad (“Sé feliz”), la realización consciente de los sueños (“Despierta, sueña”), la capacidad de darles sentido a las experiencias negativas (“Resiste”), la experiencia plena del presente (“Vive el presente”), el conocimiento y dominio de uno mismo (“Aprende a sentir y a pensar”), y vivir libre de ataduras (“Libérate”) son marcos normativos que, encarnados

expresivamente en los consejos expresados en las prácticas de los agentes, dan forma a numerosos reactivos que examinan terapéutica y positivamente la conciencia o grado de conocimiento que los sujetos tienen sobre sí mismos y sus comportamientos; actividad, además, vinculada a la pedagogía de los gurús.

- c) Como en las consideraciones anteriores, la actualización de los procesos aletúrgicos del cristianismo antiguo (Foucault, 2016; Ortiz-Osés y Lanceros, 2006) que implican las prácticas de los agentes de la mejora personal se relaciona con la reconfiguración terapéutica y positiva de dogmas y ritos religiosos. Por un lado, si bien la exomologesis desvanece su componente penitencial y martiriológico para alcanzar la reconciliación, los consejos (aun en las prácticas de divulgación) no dejan de aparecer como síntomas apacentados de una mortificación que es resuelta expresiva y positivamente por el agente y como un reconocimiento público de saberse sujetos que buscan la mejora de sí mismos; además, si “la exomologesis es el proceso por el cual se constituye el sujeto ante los ojos de los otros (y) lo más sorprendente de esta tecnología (...) sea el carácter dramático y público” (Ortiz-Osés y Lanceros, 2006, p. 521), las prácticas de los agentes mediadas por Facebook parecieran ser una reescenificación virtual, multimediada y curativa de aquel ejercicio de verdad de sí mismo cristiano. Por otro lado, la exagoreusis, en tanto examen de conciencia — donde “el monje ha de seleccionar y separar sus pensamientos, ha de certificar que la imagen de Dios está grabada en ellos y repudiar los malos, los falsos, aquellos que no pueden evidenciar la autenticidad de su origen” (Ortiz-Osés y Lanceros, 2006, p. 521)— que es inseparable de su expresión verbal, es un correlato histórico del examen terapéutico prefigurado en los programas conductuales proveídos por los consejos de los agentes de la mejora personal.
- d) Por último, como un elemento que soporta estas consideraciones, Facebook es hermenéuticamente practicado como un escenario para la exposición pública de la interioridad espiritual. En el encuadre teórico, siguiendo la postura crítica de Han (2014b), caractericé a Facebook como un *ecosistema enjambre* en el entendido de que es un lugar inacabado de tensiones intrínsecas y extrínsecas que, sin embargo, consta de individuos aislados. Tras detectar el tono dramático y espiritual de las

prácticas, pienso que es una noción insuficiente porque todavía no atisba los componentes simbólicos de este tipo de uso de la red social. En su imagen gráfica, el enjambre es un cuerpo más o menos un cuerpo caprichoso y sin alma constituido para individuos aislados (Han, 2014b). No obstante, simbólicamente “enjambre” es más rico en significados que la imagen estructural de muchedumbre que proporciona Han, debido, sobre todo, a que el símbolo se liga a un uso particular del significante y, por ende, a una práctica que involucra a una espacialidad y a un sujeto. Así, Facebook, en cuanto escenario dramático de la práctica aletúrgica del agente de la mejora personal, no aparece sólo como el espacio informe de una turba y el sujeto tampoco lo hace como un individuo obnubilado que se une a su flujo; Facebook aparece, desde la práctica, como un escenario performativo público y confiable para externar y esclarecer aquello que el sujeto experimenta y difunde como formas de establecer comunicación con el orbe espiritual en aras de la autorrealización.

Figura 63. Prácticas comprendidas como formas de examen de la conciencia.



Figura 63. Tríptico que muestra a las prácticas de los agentes como una actualización post-religiosa de la exomologesis y exagoreusis como formas del examen de conciencia.

Como puede interpretarse del universo de prácticas recuperadas, estas tres conforman un conjunto de reactivos que, por un lado, implican la existencia de normas óptimas de comportamiento para la autorrealización modeladas por la lógica terapéutica positiva y, por otro, operan como exámenes escenificados de la conciencia que sirven para mostrar

públicamente tanto la verdad o el reconocimiento de que ellos mismos, los agentes, son sujetos que procuran la mejora personal (exomologesis), como qué tipo de pensamientos y conductas seleccionan y descartan para dicho fin (exagoreusis).

Asimismo, dado el carácter dramático de la exposición que de sí mismos hacen los agentes, se deduce que Facebook se practica como un escenario performativo, público y confiable, que sirve para externar y esclarecer aquello que el sujeto experimenta y difunde como formas de establecer comunicación con el orbe espiritual en aras de la autorrealización.

En la primera imagen del tríptico, el agente divulga un artículo que expone 15 consejos de comportamiento que habrían de evitarse y observarse en situaciones sociales para tener control de sí mismo y para conocer, generar empatía o controlar a los demás: qué hacer cuando un grupo de personas se ríe, cuando alguien te grita, cuando expones tus ideas, cuando quieres convencer a los demás de que hagan algo que desees, cuando estás estresado, cuando trabajas con otros, cuando intentas enamorar a alguien, por ejemplo. Los consejos, modelados particularmente con base en las tramas “Aprende a sentir y a pensar” (casi todos los consejos parten del hecho de que el sujeto no sabe percibir adecuadamente la situación social donde está colocado) y “Libérate” (algunos de ellos sugieren liberarse del miedo de actuar), funcionan como reactivos para examinarse a sí mismo acerca de si se es eficaz en situaciones vinculadas al éxito laboral, social, personal o romántico.

Por su parte, la segunda imagen es una curaduría (“Las cosas como son.”) de un meme cuya serie de consejos están modelados por la trama enunciativa “Vive el presente” (resuelta en la línea final “El tiempo es lo único que no vuelve”). Los consejos son reactivos para examinar —si no en la situaciones referidas ahí, en otras que involucren la impresión de que se pierde el tiempo si no se disfruta del momento— la conciencia respecto de la propia capacidad para vivir el presente conforme a la lógica terapéutica positiva. En este caso, la curaduría no sólo expresa la adscripción tajante hacia aquello que se divulga, también sugiere que dicha ponderación del tiempo presente es una disposición aplicada a la propia forma de examinarse a sí mismo del agente.

Sin referir a Alejandro Jodorowsky (creador de la psicomagia, técnica terapéutica cuyo fin es la sanación de algún bloqueo espiritual, sexual, creativo mediante el empleo de objetos o imágenes metafóricas que liberan al subconsciente), la tercera imagen es una creación que refiere tres “premisas fundamentales” de la psicomagia que están modeladas por las tramas de subjetivación “Resiste” (“Fracasar no existe, en cada fracaso, cambiemos el camino”), “Despierta, sueña” (“Para llegar a lo que eres, debes de ir por donde no eres”: se entiende como un consejo para despertar la verdadera conciencia personal) y “Sé feliz” (“Llegar a ser lo que uno es, es la más grande felicidad”). Como en las dos prácticas anteriores, los consejos se interpretan como reactivos para examinar la conciencia: ¿se ha sido lo suficientemente fuerte para no experimentar el fracaso?, ¿se ha procurado el camino correcto para hacerse consciente de sí?, ¿en realidad se ha llegado a ser lo que se es?; también es una práctica que tiene el efecto de comprender que el agente se examina a sí mismo utilizando dichos reactivos.

6.3. Actualización positiva y espiritualización de la precariedad

Buscar la felicidad, soñar, resistir los embates de la vida, experimentar plenamente el presente, aprender a pensarse a sí mismo y ser libre son búsquedas subjetivas y discursos culturales que han circulado lo largo de la historia: no surgieron bajo la égida de la lógica individual, programática, consciente y terapéutica del pensamiento positivo. No obstante, según se deduce de las tramas de subjetivación enunciativas de los agentes, el pensamiento positivo aparece como un dispositivo epistémico que actualiza estas búsquedas conforme una serie de procesos de simplificación que los torna accesibles, emocionales, conscientes y operables. Asimismo, el empleo de estos discursos en las prácticas comunicativas sugiere que es una manera a través de la que se espiritualiza la precariedad, comprendida en términos generales como la experiencia naturalizada de la contingencia existencial y social, y, en términos particulares –siguiendo a Lorey (2006, 2010, 2014)– como una condición socio-ontológica de vulnerabilidad que le es propia a la existencia humana, como el enrejillado cultural de alterificación que deriva en relaciones de dominación naturalizadas, y como un instrumento de gobierno neoliberal que administra la falta de seguridades, y la normalización y gestión individual e internalizada de riesgos.

A continuación, muestro estas ideas en dos apartados. Antes he señalado que una forma óptima de interpretar los procesos de actualización que el pensamiento positivo modela, implicaría un estudio diacrónico que reconstruyera críticamente las condiciones históricas, culturales o económicas que han configurado, vía la simplificación y la practicidad, la comprensión de la felicidad, de la ensoñación, de la resistencia, del presente, del cuidado de sí y de la libertad; puesto que este no es el objetivo de la investigación, en el primero de los apartados esbozo un recorrido de la simplificación que genera el pensamiento positivo, en este caso, de la felicidad o *eudaimonia*, vista desde la psicología positiva. En el segundo, a partir de modelos ofrecidos por “Vive el presente” y “Libérate”, describo las tramas de subjetivación enunciativas como mecanismos discursivos a través de la que se espiritualiza la precariedad; esto es, como actualizaciones positivas de discursos culturales que configuran la noción de que la vulnerabilidad ontológica y los riesgos sociales (teóricamente vinculados

al neoliberalismo) son experiencias espirituales a través de las cuales los sujetos pueden mejorarse a sí mismos y autorrealizarse.

6.3.1. Actualización positiva: simplificación

Como recién he dicho, considero que las tramas de subjetivación enunciativas que tienen lugar en Facebook son una actualización digital, situada y subjetiva de discursos culturales históricamente disponibles; actualización que, vía la simplificación, contribuye a que estos discursos se vuelvan accesibles, emocionales, conscientes y fáciles de operar. De esta manera, dado el caso de la figura 64 (“Cuando superas el pasado algo bueno llega a tu vida”), la trama de subjetivación “Libérate” actualiza y simplifica discursos disponibles histórica y culturalmente sobre la libertad. El resultado es una práctica que hace asequible, emocional y operativo, en términos de interiorización personal, el discurso de la libertad.

Figura 64. Actualización positiva de discursos históricamente disponibles.

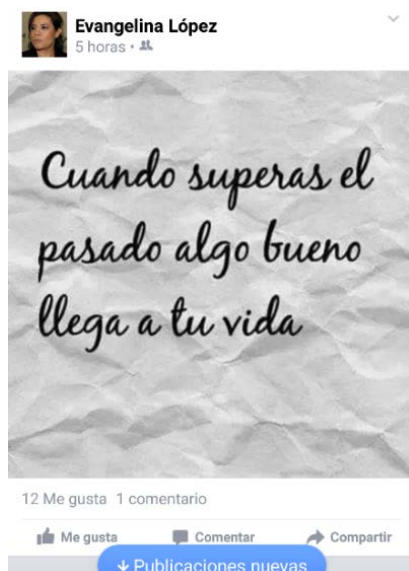


Figura 64. Ejemplo de actualización positiva, digital, situada y subjetiva de discursos disponibles histórica y culturalmente sobre la libertad.

A diferencia de la noción reconocida por la filosofía moral ilustrada y romántica o por los movimientos revolucionarios que han sucedido durante los últimos 250 años –donde la noción de “libertad” se construye fundamental y genéricamente sobre el imaginario de autonomía respecto de entidades opresoras que subyugan el albedrío o la autodeterminación responsable de los individuos y comunidades–, en el caso de esta práctica de divulgación (figura 64), la trama “Libérate” actualiza en Facebook –promotor del “régimen emocional digital” (Serrano-Puche, 2016)– el constructo socio-político mediante un movimiento de interiorización psíquica que hace asequible y emocional a la libertad como un “libérate de ti mismo”.

Es decir, más que colocar al opresor en una entidad exterior y ajena, el opresor de las elecciones y posibilidades es “uno mismo”; más específicamente, el opresor, aquello que debe ser “superado” o destituido, es el pasado personal. Se asume así que este pasado – antiguamente vivido como marca de identidad y carácter (Sennet, 2001; Baricco, 2009)– se experimenta positivamente como un opresor, como una jerarquía ajena y tiránica que impide la autorrealización.

La detección de los cambios histórico-discursivos y las sutilezas estructurales que han habilitado que –así como la libertad se interiorice como una emoción y como una batalla contra uno mismo– la felicidad, los sueños, la resistencia y el autoconocimiento sean contruidos y experimentados positivamente, implicaría un conjunto de estudios transdisciplinarios y diacrónicos que deconstruyeran al pensamiento positivo. Aquí presento una parte mínima concerniente nada más a la trama “Sé feliz”⁴²; específicamente lo tocante al proceso de simplificación que configura la “psicología positiva” alrededor del constructo “felicidad” (o *eudaimonia*, en los términos propios de esta corriente psicológica) actualizado

⁴² Considérese además de la psicología positiva, cómo otras terapias sistémicas, la publicidad, el cine, programas de estudio universitarios, la música o la literatura son entornos culturales que han naturalizado procesos de simplificación que han modelado la trama “Sé feliz”.

como un factor emocional que coincide o se funde con la autorrealización; idea que encuentra eco en el *corpus* de esta investigación (figura 65).

Figura 65. La felicidad como factor emocional que coincide o se funde con la autorrealización.



Figura 65. Práctica de agente de la mejora personal que actualiza y replica la noción de que la felicidad es un estado del ser hacia donde se dirige teleológicamente su vida y, se infiere, su autorrealización.

En tanto entorno cultural y científico que naturaliza y echa luz sobre esta manera de actualizar la felicidad en términos de autorrealización, la psicología positiva ha venido reproduciendo numerosos estudios donde abordan teóricamente a la felicidad bajo el concepto aristotélico de *eudaimonia*; este abordaje ha implicado un proceso de actualización que, a través de la simplificación del término filosófico, lo vuelve transparente, operativo y útil. Enseguida describo parte de este proceso en términos diacrónicos.

Si bien la felicidad ha sido objeto de reflexión filosófica, religiosa o política en numerosos momentos de la historia del pensamiento (Trueba, 2011; Eherenreich, 2008), su estudio sistemático se origina a través del concepto ético griego *eudaimonia*⁴³. Como principio total

⁴³ La enciclopedia Britannica señala los inconvenientes de traducir *eudaimonia* como “felicidad”: si esta refiere un estado de la mente que acompaña o es producido por algunas actividades, la *eudaimonia* era el nombre recibido por el *daimon* o genio de la virtud que, antes de ser un estado de la mente, correspondía con la actividad más virtuosa a la que estaría abocado el ser humano como tal (v. <https://www.britannica.com/topic/eudaemonism>); es decir, a la vida cuyas costumbres están gobernadas por la contemplación filosófica que encuentra en su actividad el propio goce y su propio fin. Dicho de otro modo, recordando que el *daimon* era, en la religión griega y latina, un demonio, genio o divinidad intermedia que, en cualquiera de los casos, nunca era entendido como propiedad psíquica o espiritual de los individuos (Agamben, 2005; <https://www.britannica.com/topic/demon-Greek-religion>), la *eudaimonia* correspondía con el hecho de que las costumbres y actos humanos estuvieran guiados por un genio bueno, el excelente y más propio del ser humano que, para Aristóteles, era la contemplación filosófica. En ese sentido, hay un desarreglo total en

del entendimiento de este término, en su *Ética nicomaquea* (Aristóteles, 1957), “eudaimonia” es una facultad o bien supremo (no el producto de una actividad; no un medio para otro fin; no una norma de conducta; no un objeto de la voluntad y, por ende, no un objeto que se desee realizar para el futuro personal) al que tienden los actos humanos (no el ser humano en su constitución personal) que son, en su excelencia virtuosa y en correspondencia con la más ingénita de las naturalezas humanas, actos dirigidos por la contemplación.

Esta compleja comprensión ética del sentido teleológico e inmanente de la vida⁴⁴ es adaptada como pieza argumentativa u objeto de estudio en numerosas investigaciones de psicología positiva abocadas a distinguir entre la “eudaimonia” o “felicidad verdadera” y la felicidad hedonista o placentera, pero en un sentido que, sin acudir a la fuente original, la simplifica al punto de eliminar todo rastro de complejidad mediante la lógica positiva de que este tipo de felicidad coincide, de hecho, con la autorrealización.

Un hito para mostrar el hilo teórico de esta simplificación positiva, se puede rastrear a partir del ensayo de Barbara Fredrickson⁴⁵ (2013) sobre la relación entre mecanismos moleculares vinculados al sistema inmunológico y los estados de bienestar hedónico (*hedonic well-being*)

emplear este término como un equivalente de *felicidad* si se entiende, como lo hace la psicología positiva, como una norma de conducta óptima y un producto asequible por la voluntad del individuo que la labra sobre sí mismo.

⁴⁴ Comprensión que ni siquiera alcanza a considerar el vínculo del término “eudaimonia” con el complejo metafísico de “acto y potencia” que el estagirita modeló en su *Metafísica* (1954), el lugar que tienen las ciencias prácticas (como la ética) frente a las teóricas (como la filosofía), a la *paideia* o mentalidad griega clásica que no estaba abocada a la consecución de bienes prácticos o, tal vez el punto más importante, no considera siquiera cómo responde este genio de la buena fortuna a la naturaleza caprichosa del destino que los griegos convirtieron en el punto nodal de su civilización y que dirimieron, por ejemplo, con sus dramas trágicos (Nietzsche, 2001; Colli, 1998; Sloterdijk, 2000).

⁴⁵ Influyente doctora en psicología social por la universidad de Stanford, autora de estudios de psicología positiva publicados en la Asociación Psicológica Americana (APA) y por la Academia Nacional de Ciencias de Estados Unidos (PNAS); además, de *Love 2.0*. (2013) y *Positivity* (2009). Con este último libro se generó, a la par, una página web (<https://www.positivityratio.com/author.php>) donde el visitante puede medir su “Yo Positivo” (*Positive Self Test*) mediante un examen de 20 reactivos. Yo mismo lo hice y obtuve una nota de 1.0. La página ofrece esta interpretación: “La investigación de Fredrickson indica que una nota de positividad entre 3 y 1 representaría una línea divisoria clave. Esta nota separa a aquellos que apenas pasan por la vida de aquellos que verdaderamente florecen.”

y eudaimónico (*eudaimonic well-being*). Dicho estudio detecta, en un universo de 80 sujetos, que aquellos que practican el “bienestar eudaimónico” generan mecanismos moleculares más eficaces en sus sistemas inmunológicos.

Más allá de la lógica con la que determina tipológicamente “comportamientos eudaimónicos”, la autora –sostenida en este punto en los estudios de Friedman (2012), Ryff, Singer y Dienberg (2004), Ryff y Singer (1996), Ryan y Deci (2001) y Waterman (1993)– define su objeto de estudio, la “eudaimonia”, como un “objeto de reflexión filosófica [que es] más profundo [que el hedónico, pues] resulta de esforzarse hacia un propósito noble y significativo más allá de la simple auto-gratificación” (Fredrickson et al., 2013, p. 13684). Considero que este concepto está construido sobre la lógica positiva de la autorrealización: se apela y se concita a llegar a un estado superior (ontológico) de sí mismo que es el resultado de la reflexividad, de la voluntad y de la conciencia de sí (pues con ello el sujeto *tendría* un sistema inmune más saludable). La lógica de positivización de este término puede detectarse en las fuentes que emplea.

Friedman (2012), quien no refiere directamente a Aristóteles, pero sí lo atrae al principio de la autorrealización a partir Ryan y Deci (2001) y Waterman (1993), dice:

“Aristóteles rechazó esta perspectiva [el hedonismo teórico de Aristipo] por ‘vulgar’ y, en su lugar, defendió la búsqueda de la *excelencia personal* (...). Subyacente a la visión eudaimónica, está la noción de que cada individuo posee un *daimon* o ‘verdadero yo’ [*true self*] y la idea de que el mayor sentido de realización que uno puede experimentar es cuando se está plena y completamente comprometido con búsquedas que corresponden con los valores más profundos de uno mismo”. (Friedman, 2012, p. 41)⁴⁶.

⁴⁶ Considerar que el *daimon*, así como el *psyché* o “alma”, es propiedad del individuo, hace pensar erróneamente que entre los griegos clásicos se haya reflexionado algo parecido al “Yo” o *Self*; también hace pensar que su realización es un objeto configurado por la voluntad, por *búsquedas* personales y que, por ende, es un constructo subjetivo realizable en el futuro individual si la conducta personal es convenientemente modelada.

Ryff, Singer y Dienberg (2004), sin referir a Aristóteles, pero sí a Ryff (1989) —que a su vez habla de Aristóteles y tampoco lo refiere, pero sí la lectura que de él hace Bradburn (1969)—, señalan que “Aristóteles fue el primero que escribió sobre la eudaimonia como la realización del potencial de cada uno” (Ryff, Singer y Dienberg, 2004, p. 1383).

Ryff y Singer (1996) tampoco acuden a Aristóteles, pero sí dicen que

“la dimensión del crecimiento personal es paralela a las concepciones aristotélicas de la excelencia, el florecimiento humano y la realización del verdadero potencial de cada uno. Los testimonios eudomonistas de la ética y la buena vida apuntan, de hecho, al imperativo de conocerse a sí mismo [es decir conocer el *daimon* personal] y optar por transformarse a sí mismo, lo más completamente posible, de un ideal en una realidad”. (p. 16).

Ryan y Deci (2001), también sin citar a Aristóteles, señalan que para el estagirita este último tipo de felicidad (la eudaimonista) se encuentra en la expresión de la virtud que, según ellos, es “hacer lo que vale la pena hacer” (p. 145). Como lo hace también Friedman (2012), acuden a la interpretación de Waterman: “Waterman (1993) establece que, mientras que la felicidad se define hedónicamente, el concepto de bienestar (*Well-Being*) pide a las personas que vivan de acuerdo con su *daimon* o yo verdadero (*true self*)” (Ryan y Deci, 2001, p. 146).

Como se ha visto, este artículo de Waterman, el de 1993, es la base indirecta de Fredrickson (2013) y directa de Friedman (2012) y Ryan y Deci (2001). Así, en el artículo referido de Waterman, que describe las dos concepciones de felicidad (hedónica y eudaimónica), el autor, de hecho, se basa en Norton (1976) para introducir su interpretación de que el *daimon* es un sinónimo del yo verdadero: “Eudaimonia es una teoría ética que apela a las personas a reconocer y vivir conforme al *daimon* o `yo verdadero’” (Waterman, 1993, p. 678).

Por último, es necesario entonces retomar a Norton, pues en su libro de 1976, *Personal Destinies*, a diferencia de los artículos que en este recuento bibliográfico le sucedieron, además de mostrar una diálogo teórico entre Jung, Sócrates y Aristóteles, en efecto apunta al entendido de que la eudaimonia implica vivir conforme al *daimon*, pero, en oposición a los

estudios hasta aquí recogidos, también señala que esto “no puede constituir el objetivo, sino que, en cambio, sirve apenas como una marca, un signo que señala que la actividad presente del individuo está en armonía con el *daimon* que es su yo verdadero” (1976, p. 5); esto es: además de que esta forma espiritual aparece desligado del individuo, de forma muy distinta a los artículos que le sobrevivieron y de los que aquí apenas se ha recuperado una fracción, en Norton la eudaimonia no puede considerarse como un programa consciente de excelencia personal abocada a la autorrealización.

En síntesis, he tratado de bosquejar, de modo más temporal que categorial, la manera en que el pensamiento positivo ha obrado en la simplificación del término “eudaimonia” en aras de convertirlo en una categoría accesible (la complejidad original del término es revocada mediante una serie de ausencias teóricas evidentes que la hace más legible), emocional (se hace coincidir el término con la autorrealización personal y la salud), mensurable y fácil de operar en términos investigativos (la distinción ética entre “felicidad verdadera” y “hedónica” se convierte en una categoría oponible y mensurable).

6.3.2. Espiritualización de la precariedad

Uno de los aspectos que interpretativamente han guiado la investigación es considerar a los niveles semánticos de las prácticas como huellas discursivas de procesos de espiritualización. Desde los escenarios inferidos a partir de los encuadres teóricos, esta hipótesis implica cinco supuestos.

Uno, observar al pensamiento positivo como un dispositivo epistémico a través de cuyas tramas los agentes establecen comunicación con lo que experimentan como su interioridad espiritual. Dos, como una derivación del punto anterior, comprender que la “interioridad espiritual” –construida por el ideario de autorrealización del pensamiento positivo– es la imagen esencial interna donde el sujeto confluiría experiencial y epistémicamente con un “yo esencial”. Tres, que las tramas proveen imágenes o códigos de comportamiento que organizan, interiorizan y vuelven conscientes las emociones, las cuales, bajo la lógica del

“genius” en Agamben (2005) y del “daimon” griego (Agamben, 2004; Colli, 1998, 2005; Foucault, 1990), corresponderían teóricamente con el orbe de lo “pre-individual”; esto significa que las tramas proveen códigos de comportamiento emocional que permiten que el sujeto “se sintonice” con frecuencia –de forma individual, sin intermediación de formas litúrgicas y rituales– con esferas metafísicas como “el universo” o “lo divino”. Cuatro, que esta codificación ofrece acceso –vía el ensalmo positivo– a una conciencia mejorada o superior de sí mismo que permite experimentar la autorrealización o trascendentalidad. Cinco, que esta espiritualización está modelada conforme a un conjunto de valores vinculados al neoliberalismo como el individualismo, la simplificación, la eficacia pragmática, la transparencia y la adaptabilidad a entornos negativos.

A la par de los procesos de espiritualización, la precariedad ha significado un referente teórico importante para interpretar las prácticas de los agentes. Como se ha visto en el capítulo anterior, los estudios la vinculan con la literatura de autoayuda pues en ésta los sujetos encontrarían guías de comportamiento para hacer frente a aquella. Haciendo eco a dicha asunción, en este estudio prácticas de los agentes se han interpretado enunciativamente no sólo como una respuesta discursiva a la precariedad como algo que ha de soportarse, sino como su interiorización teleológica libremente elegida, de modo que la precariedad representada tácita o explícitamente en prácticas de los agentes parece ser comprendida como algo necesario para alcanzar la autorrealización.

Considero que la precariedad actualizada en prácticas de los agentes es una representación cultural y simbólicamente construida de una condición ingénita al ser humano en tanto ser contingente y social que se encuentra a sí mismo signado por circunstancias fuera de su control y, en última instancia, por la posibilidad de morir. Sobre esta comprensión genérica, y siguiendo en este punto a Isabelle Lorey (2006, 2010, 2014), observo que las prácticas tienden a dar cuenta de las tres dimensiones de lo precario que esta autora describe. Uno, como condición socio-ontológica en la medida de que la vida es precaria en sí misma dado que depende del cuidado, no es autónoma, es relacional y, en este sentido, se comparte con otras vidas precarias. Dos, como condición cultural puesto que el sujeto es simbólica y políticamente alterificado o convertido en un “otro” (mujer - hombre; moreno - blanco; madre

soltera - madre casada; rico-pobre; viejo-joven; etc.) de alguien más mediante un enrejillado simbólico que deriva en relaciones de poder naturalizadas que lo precarizan. Tres, como herramienta de gobierno neoliberal que, “contrariamente a esa vieja regla de dominación [la del gobierno biopolítico que gobierna mediante la protección] procede primariamente a través de la inseguridad social, a través de regular el mínimo de garantías” (Lorey, 2014, p. 7), de tal modo que la precarización se naturaliza y requiere una gestión internalizada e individualizada de los riesgos.

Así, el señalamiento de que las tramas de subjetivación enunciativas “espiritualizan la precariedad” tiene implicaciones subjetivas y estructurales. De un lado –representada tácita o expresamente en los discursos sobre la búsqueda de felicidad, la persecución de los sueños, la resistencia ante los embates de la vida, la necesidad de aprender a pensarse y conocerse a sí mismos, y la obligación de liberarse de aquello que impide el crecimiento personal–, la precariedad se naturaliza e interioriza como ínsita al carácter, al modelamiento y a la búsqueda de la autorrealización personal del agente, como una vía de acceso a orbes metafísicos y a una conciencia mejorada o superior de sí mismo, y como una experiencia privilegiada para establecer y depurar la comunicación con la interioridad espiritual (dicho en términos de catequesis positiva: a través de la precariedad es posible que el sujeto experimente la comunión con un ser trascendente y autorrealizado que, en este caso, es “uno mismo”, su “yo esencial”).

De otro lado, que las tramas de subjetivación sean vehículos donde se espiritualice la precariedad también sugiere la operación de un dispositivo de gobierno neoliberal que normaliza valores ligados a él como la transparencia, la productividad y la capacidad de adaptación a entornos negativos. En este tenor, sumado a las dimensiones de precariedad referidas por Lorey y las observaciones de la literatura crítica sobre la cultura de autoayuda de Coll (2006), Lombana (2009), Rimkie (2000) o Rose (1999, 2012) –a la que tipifican como una estrategia de poder neoliberal que gestiona el control social y el rendimiento individual en entornos sociales de riesgo–, se debe también tener en cuenta el referente teórico de la psicopolítica como una política que más allá de los contornos del biopoder, opera mediante la psique y la libertad de los individuos (Han, 2014a). Esto es, que la

espiritualización de la precariedad como mecanismo de subjetivación no habría de observarse como un proceso de sujeción o atadura de los individuos a formas o estructuras preestablecidas, sino, por el contrario, como un dispositivo capaz de liberar o descrear⁴⁷ al propio sujeto de sí mismo; de lo que considera sus zonas erróneas. Y rehacerse. Así, asumo que este

no opera de frente contra la voluntad de los sujetos sometidos, sino que dirige esa voluntad a su favor (...), nos exige compartir, participar, comunicar nuestras opiniones, necesidades, deseos y preferencias (...). El neoliberalismo es el capitalismo del *me gusta*. Se diferencia sustancialmente del capitalismo del siglo XIX que operaba con coacciones y prohibiciones disciplinarias. (Han, 2014a, pp. 29-30)

Para dar término a este capítulo, por medio de la interpretación de prácticas comunicativas de los agentes, enseguida refiero características (figuras 66, 67 y 68) acerca de cómo considero que las tramas de subjetivación enunciativas tienden a espiritualizar la precariedad. Para dicho fin, primero las describo en términos de las tramas enunciativas que les dan forma y, después, las interpreto con base en las tres dimensiones señaladas por Lorey.

⁴⁷ El término “descrear” tiene, al menos, dos acepciones. La corriente psico-espiritual positiva denominada “Psicánica” o “Tecnología para el desarrollo espiritual acelerado” (psicanica.org) señala en su enciclopedia digital que “la Tecnología de Creación y Descreación de energías psicánicas (siglas CDT por su nombre en inglés) es un proceso mediante el cual el ser descrea sus RINs = Realidades de Identidad Negativas y crea RI[Ps = Realidades de Identidad Positivas de su universo psicánico.” (<http://psicanica.org/enciclopedia/def/tecnologia-de-creacion-y-descreacion/>). Por otro lado, Simone Weil, en *La gravedad y la gracia* define “descreación” como “hacer pasar de lo creado a lo increado” (1991, p. 81); principio que en la mística de esta filósofa francesa representa la capacidad de anulación o renuncia al “yo” como acto de amor espiritual y de unión con Dios. Aunque en principio el dispositivo de espiritualización “descrearía” para crear “realidades de identidad positivas”, me parece que el sentido místico y de unión consigo mismo a través de la autorrealización también permite pensar al dispositivo en los términos de Weil.

Figura 66. Espiritualización de la precariedad como condición socio-ontológica.

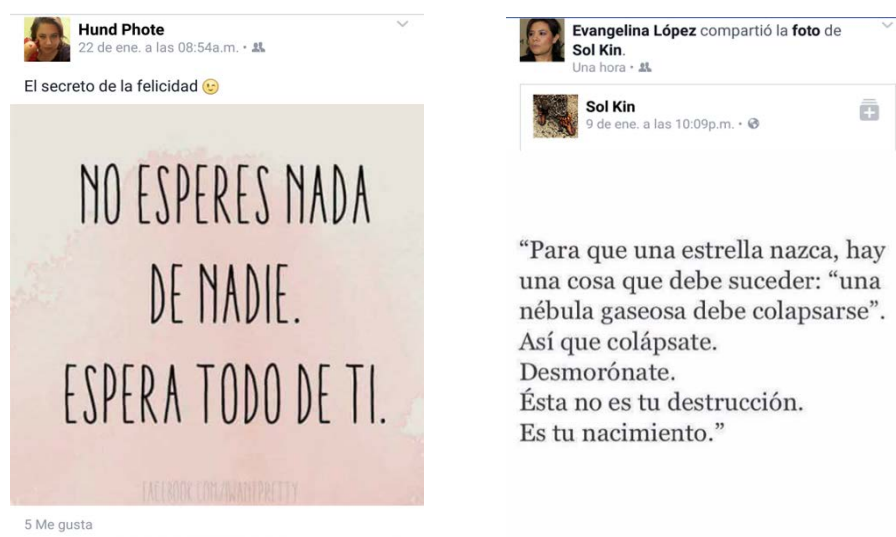


Figura 66. Díptico de prácticas que ejemplifican la espiritualización de la precariedad como condición socio-ontológica.

La imagen de la izquierda representa una curaduría que integra las tramas “Aprende a sentir y a pensar” y “Libérate” (como consejo de liberarse de los lazos de dependencia); en el meme divulgado; la curaduría imprime, además, la trama “Sé feliz” (con la exhortación de que librarse de la dependencia es la clave de la felicidad). Por su parte, la imagen de la derecha representa una divulgación que se integra alrededor de la trama “Resiste”: se ofrece motivación para interpretar los embates de la vida como el pasaje necesario para la transformación y el renacimiento personal.

En el primer caso, el dispositivo epistémico positivo espiritualiza la condición de riesgo social que significa generar lazos emocionales, puesto que las tramas proveen códigos conductuales (el rechazo o desconfianza anticipada al otro y la soledad como estilo de vida deseable) para que el sujeto construya y traduzca públicamente su interioridad espiritual mediante la fórmula abreactiva y catártica: “No esperes nada de nadie...” como herramientas “secretas” para alcanzar la felicidad. En el segundo, se espiritualiza la vulnerabilidad ontológica desde una perspectiva que además de recordar a la trascendentalidad y mística

cristiana⁴⁸, remite a la descreación de un identidad negativa o inferior (una “nébula gaseosa”), para dar paso a una identidad positiva o superior (una “estrella”); en este sentido la trama codifica lo que se podría interpretar como dolor emocional o, incluso corporal, como un pasaje necesario y procurado (“Colápsate”, “Desmorónate”) para liberarse y trascenderse a sí mismo en un “yo” perfeccionado.

En ambos casos, el proceso de espiritualización que sublima la condición precaria naturaliza valores que, según la literatura, están relacionados con la ética neoliberal. En estas dos prácticas los procesos de espiritualización dan cuenta explícita de, al menos, dos de ellos. La transparencia (Han, 2013 y 2014a), en primer lugar, es un valor compartido por el universo de las prácticas de los agentes, a su vez, en dos sentidos: a) los consejos positivos reflejan que el sujeto busca desocultar, allanar o suprimir “lo otro” en tanto “otro” –lo informe y desconocido de sí, las emociones, son atraídas y positivadas en aras de hacerlas operativas– que obstaculiza la producción eficaz de sí mismo: en el díptico los agentes interiorizan y subliman expresivamente la vulnerabilidad del dolor de modo que esta se normaliza como un elemento ínsito al crecimiento personal; b) a su vez, estos procesos de espiritualización, mediatizados y públicos, arrojan simbólicamente la idea de cada sujeto es su propio objeto de publicidad que, en la línea de la lógica neoliberal, “hace de todo una mercancía que está entregada, desnuda, sin secreto, a la devoración inmediata” (Han, 2013 p. 15) para que, en este caso, las emociones y el sujeto puedan ser ofrecidos al escrutinio y sistematización informacional que la red social implica.

Un valor más es el del rendimiento o performance personal que autores como Papalini (2013), Illouz (2007, 2009, 2014), Rose (1999) o el propio Han (2012, 2014b) presentan como uno de los aspectos que subjetivamente cobran más relevancia para explicar el éxito y difusión de la cultura de autoayuda. Esto, debido a que en contextos sociales, laborales o personales (como los modelados por la política económica neoliberal) donde se exige el mejor empleo de recursos, más productividad y eficiencia pragmática, el rendimiento personal (tener menor

⁴⁸ “El que quiera salvar la vida, la perderá” (Mateo 16:25, versión Nueva Biblia de Jerusalén)

gasto simbólico para generar más utilidad) es un factor clave para el éxito. En las prácticas expuestas, el rendimiento aparece como ahorro de gasto simbólico: en la primera imagen se sugiere economizar el desgaste emocional que implicaría conocer a alguien y depositar en él la confianza para, en cambio, invertir esa confianza únicamente en uno mismo; en el mismo sentido, en la segunda imagen se propone ahorrar la experiencia del sufrimiento al grado de reconvertirla en un activo emocional.

Figura 67. Espiritualización de la precariedad como condición cultural.



Figura 67. Díptico de prácticas que ejemplifican la espiritualización de la precariedad como condición cultural.

La imagen de la izquierda representa una curaduría que integra las tramas “Despierta, sueña” y “Resiste” dado que en el artículo divulgado –en el marco de la semblanza publicada por *El País* de la ilustradora Idalia Candelas, quien a través de sus dibujos retrata la soledad de mujeres solteras en la Ciudad de México–destacan el consejo de mantenerse motivado para

resistir la dificultad de vivir en la capital de México siendo mujer, ilustradora y soltera, y el de despertar a la vida para perseguir los sueños: “La cosa es estar uno tan seguro de lo que quiere, que tiene que aprender a quitarse lo que estorba y echar toda la leña al asador. Yo me tardé mucho, pero ya no doy un paso para atrás”, dice la artista. En la imagen de la derecha, también con el acento en la espiritualización de la precariedad femenina, se representa una curaduría montada sobre las tramas “Libérate” y “Vive el presente” que se expresan en un artículo (publicado originalmente por el *Huffington Post*) que, por antífrasis involuntaria, aunque aconseja no salir con una chica que viaja, lo que se reproduce es una serie de modelos de vida deseable como mujer alrededor del ideario de la chica que viaja: es autónoma, le gusta la incertidumbre, no tiene un trabajo aburrido y estable, vive el presente y reta a las personas a que hagan lo mismo.

En las dos prácticas, la espiritualización de la precariedad consiste en la sublimación de la vulnerabilidad y la condición alterificada de ser mujer. En la primera imagen, las tramas “Despierta, sueña” y “Resiste” traducen la interioridad espiritual del agente en términos de resiliencia y ensoñación: como una mujer que ha sabido vivir el sueño de ser soltera e independiente debido a que transforma las adversidades estructurales (la ciudad, el trabajo, la opinión de las personas) en una oportunidad para autorrealizarse. En la segunda imagen, “Libérate” y “Vive el presente” espiritualizan la vulnerabilidad femenina en términos de que a partir de liberarse de aquello que se considera comportamientos restrictivos (costumbres, trabajos y relaciones estables) y de que la vida cobra sentido en las experiencias de un presente continuamente vivido “al máximo” (idea encarnada en la experiencia de viajar), el sujeto “mujer” estaría viviendo un “yo esencial” trascendente y realizado.

Como en la espiritualización de la precariedad en tanto condición socio-ontológica, en este condicionamiento cultural de alterificación de género, las tramas dan cuenta de la reproducción de los valores éticos neoliberales de la transparencia (los agentes hacen asequibles y operativas emociones y riesgos que podrían obstaculizar la producción de sí mismas como mujeres, y, además, es un proceso que se hace público), el rendimiento personal (los consejos inherentes a las curadurías prevén invertir el gasto emocional de ser mujer en la depuración de sí mismas como individuos conforme a valores culturalmente

construidos) y, además, la capacidad subjetiva de adaptación a entornos negativos. En la práctica de la izquierda, la artista entrevistada recalca su capacidad personal para revertir positivamente un entorno prejuicioso que experimenta en cuatro dimensiones: por su género (mujer), estado civil (soltera), edad (40 años) y ocupación (ilustradora). En la práctica de la derecha el entorno negativo aparece interiorizado y positivado debido a la antífrasis que transforma el sentido ominoso del riesgo (vivir en la incertidumbre laboral, social y personal) en, más bien, un modelo de conducta obsoleto.

Figura 68. Espiritualización de la precariedad como estrategia de gobierno neoliberal.



Figura 68. Díptico de prácticas que ejemplifican la espiritualización de la precariedad como estrategia de gobierno neoliberal.

La imagen de la izquierda representa una práctica de divulgación de un meme (“¿Cuánta vida te está costando tu sueldo?”) que, con base en las tramas de subjetivación “Vive el presente” y “Libérate”, se asume que aconseja abandonar el empleo (como síntoma de una vida monótona y de costumbres) para dedicarse a “vivir” (como anhelo de una vida emocionalmente rica y anclada al presente). La imagen de la derecha representa la

divulgación de un artículo que, con base en las tramas “Sé feliz” y “Libérate”, describe la paulatina conformación de un nuevo modelo familiar en España que consiste en que personas de alrededor de cuarenta años vivan, sin hijos, en pisos compartidos con la pareja o con un conjunto de amigos; entre las razones referidas destacan que, aunque con esfuerzo sea posible vivir solos o con la pareja, no hay seguridad laboral o emocional para poder asumir el compromiso, y que prefieren vivir así, en comunidad, para tener más seguridad emocional y seguir teniendo la libertad de salir a conciertos o a tomar algo los fines de semana.

Si las interpretaciones de los anteriores dípticos separan analíticamente las formas de la espiritualización y los valores neoliberales que representan, en este caso la relación no sólo es simbólica sino también nominal. Esto es, la vulnerabilidad sublimada en las tramas de subjetivación corresponde, en estas prácticas, con la capacidad de adaptación a entornos negativos y las mejoras en el rendimiento personal como estrategias conductuales para acceder a la interioridad espiritual.

Tradicionalmente entendido como síntoma de certidumbres ligadas a las seguridades sociales que provee e implica, en la primera divulgación el sueldo se comprende, por el contrario, como síntoma de, digamos, la muerte espiritual o incapacidad del sujeto para comunicarse con las emociones ligadas a la felicidad y la autorrealización. De este modo, “Vive el presente” y “Libérate” organizan por un lado el consejo de abandonar el trabajo para dedicarse a vivir, y, por otro, también encarnan discursivamente el dispositivo neoliberal que espiritualiza positivamente la falta de certidumbres personales ligadas al retiro de las seguridades sociales como una clave para lograr la felicidad.

Con visos más críticos –puesto que el artículo también muestra la emergencia de dicho modelo familiar como el resultado de la falta de seguridades sociales y emocionales y no sólo como una organización procurada de forma hedonista por los sujetos– en la segunda divulgación, las tramas “Sé feliz” y “Libérate” codifican positivamente la falta sistémica de certidumbre laborales y personales: el entorno social adverso se convierte en un vehículo para mejorar el rendimiento personal (no desgastarse emocional y económicamente) y

encontrar mecanismos de autorrealización acordes a ello (más allá de los hijos o la renta mensual del piso, tener la libertad de elegir en qué gastar sus emociones y su dinero).

Con estas interpretaciones acerca de cómo es espiritualizada la precariedad por el pensamiento positivo, da término este capítulo cuyo propósito general ha sido ofrecer líneas de comprensión acerca del sentido de las prácticas del agente de la mejora personal en el escenario que provee Facebook. También da término el trabajo descriptivo y analítico de este trabajo doctoral.

En el siguiente y último apartado concluyo con una recapitulación general de los contenidos analíticos y, para finalizar, señalo los posibles aportes y obligados retos que supone este acercamiento a los procesos de subjetivación modelados por el pensamiento positivo.

Conclusiones

La codificación espiritual positiva y las rutas inexploradas

Los alcances del pensamiento positivo en el modo en que las personas se piensan, se dicen y cuidan de sí mismas son inciertos, pero, asumo, los escenarios para observar estos procesos de subjetivación son múltiples y variados. Nada más al atravesar un día cualquiera, se detecta parte de la presencia de esta lógica terapéutica. En la radio: programas, noticieros o canciones lo incorporan; en la calle: menús de restaurantes, pintas en las paredes, carteles publicitarios o espectaculares nos alientan y nos dicen cómo cuidarnos a nosotros mismos; en la escuela se promueve en programas de estudio, conferencias y como remedio motivacional en forma de cursillos para soportar la precarización sistemática con la que vivimos la vigilada turba amable de profesores de tiempo variable; en casa se discute la escuela para los hijos que mejor los enseñe a vivir en el mundo tal como es: una escuela privada, de preferencia, porque les hace ver sus potencialidades, porque tiene psicóloga, porque les enseña a quererse a sí mismos y tienen orientación vocacional, decimos; en uno mismo, porque, en secreto, *queremos ser felices para que no nos dé cáncer*. Lo normal.

Uno de esos indeterminados fenómenos del incierto y rizomático fenómeno de la subjetivación positiva la he identificado en Facebook. Su estudio me ha dejado en claro que, si bien es un fenómeno asequible y “fotografiable” a través de este medio, su naturaleza interna –discursiva, simbólica, social, histórica– es tan incierta y rizomática como la amplitud de los escenarios donde podría observarse. Esta tesis doctoral, antes de pretender elaborar una exposición, muestra un esfuerzo por entender el rizoma positivo a partir de la idea de que es un recurso epistémico estructuralmente condicionado a través del que las personas se autoproducen discursivamente.

De este modo, si por lado los alcances de la investigación se han reconocido en los indicios discursivos que le dan forma admonitoria al pensamiento positivo y que apuntan a la idea de que este es un dispositivo que actualiza procesos a través de los que los sujetos habitan y

hacen decible su espiritualidad de manera cotidiana, también se reconocen sus límites en las tareas previstas que han quedado irresueltas: categorías de análisis que enriquecerían el mapa de procesos de subjetivación positiva útil para estudiar al pensamiento positivo como el principal modelador epistémico de subjetividades en las sociedades contemporáneas.

Para dar término con este esfuerzo escritural y lector, presento las conclusiones a manera de respuesta a la pregunta de investigación⁴⁹ y, enseguida, para ultimar lo que se acaba, señalo las aportaciones y las líneas de investigación que surgen de mi trabajo.

⁴⁹ “¿Qué tramas de subjetivación positiva se manifiestan en el nivel enunciativo de prácticas comunicativas de agentes de la mejora personal mediadas por Facebook y cómo se interpreta este plexo de tramas a la luz de una comprensión multidisciplinar del pensamiento positivo?”

1. Codificación espiritual positiva: algunas respuestas

De manera concisa, a continuación recupero algunos de los resultados que han derivado de responder a la pregunta de investigación. Sin detenerme apenas en consignar las tramas de subjetivación de nivel enunciativo, después refiero las principales líneas de interpretación que se decantaron a partir de la reflexión del agente como un gurú, de sus prácticas como la puesta en escena del drama de la autorrealización y del pensamiento positivo como un dispositivo que actualiza discursos históricamente contruidos y espiritualiza la precariedad en correspondencia con valores neoliberales.

1.1. Tramas de subjetivación enunciativas

En términos estrictos, la identificación y nomenclatura adoptada para las tramas de subjetivación enunciativas es una construcción teórica. “Sé feliz”, “Despierta, sueña”, “Resiste”, “Vive el presente”, “Aprende a sentir y a pensar” y “Libérate”, son resultado de una forma de leer y cristalizar categorialmente el *corpus* de prácticas. Considero que estas tramas congregan el universo de capas de sentido y de consejos que los agentes ofrecen a su red de contactos. Si Facebook tiene una correspondencia *online* de aquello que discursivamente tiene lugar *offline*, cabría suponer, entonces, que estas tramas de subjetivación también operarían en los procesos de subjetivación positiva que tienen lugar en el universo de fenómenos socio-culturales sostenidos en esta lógica terapéutica.

Es en las personalidades empleadas como modelos de individuación positivas (aquí Steve Jobs, Manny Pacquiao, Nicola Tesla), en las fuentes autorales que promueven el pensamiento positivo (aquí Tony Robbins, Paulo Coelho, Alejandro Jodorowsky o Mario Benedetti) y en el tipo de subjetividades de adherencia y precarizadas que los individuos adoptan (aquí, “Joven”, “Mujer”, “Madre soltera” o “Mujer soltera”) donde aparecen diferencias sustanciales que apuntan a ser peculiaridades del espacio y el objeto estudiado. Asumo que en el Bronx, en los suburbios parisinos, en Calcuta, en la provincia argentina, en la página de Facebook de un sacerdote anglicano inglés, de un mara salvatrucha o de un chamán wixarika

presumiblemente aparecerán diferentes modelos de individuación, otras fuentes autorales y otras subjetividades de adherencia.

1.2. Agente de la mejora personal: Gurú

Además del recurso de presentar al agente de la mejora personal y algunos de sus horizontes de comprensión en las “Instantáneas”, otra estrategia para enriquecer la comprensión del agente de la mejora personal (en este caso desde su perfil mediático reflexivo), fue acercarlo a la figura del “gurú”, puesto que en ella se congrega la noción profana y *new age* del maestro *mindfulness* y la noción sacra del guía espiritual.

A partir de sus consejos para ser felices, despertar al ensueño de la vida, resistir los embates, experimentar el presente a plenitud, aprender a sentir y para librarse de las ataduras que impiden la autorrealización, considero que el agente de la mejora personal aparece como un gurú en la medida de que:

- a) Son promotores de la transformación personal y la autorrealización conforme a lo que se considera culturalmente apropiado.
- b) La fuerza que motiva el esclarecimiento y reprogramación interior es la motivación ejercitada.
- c) El agente aparece en la red social con tonos dramáticos pues hay un escenario, espectadores y se asume la existencia de una situación problemática que se resuelve positivamente.
- d) Simbólicamente se muestran como una autoridad manifiesta en el carácter abreactivo de sus alocuciones. Ello implica que, por un lado, se manifiestan como figuras que están en un contacto constata y consciente con su interioridad reflexiva y emocional; y, por otro lado, desestiman las complejidades o claroscuros teóricos en favor de los ensalmos o sentencias de corte apodíctico. Esta situación, además, en el caso del agente, se subraya debido a que Facebook no es experimentado por los sujetos como un lugar propicio para la discusión argumental.

- e) Hacen circular códigos de espiritualización en un vocabulario trascendental que se aleja del dogma y las ritualidades religiosas.

1.3. El drama de la autorrealización

Los seis tipos de consejos articulados en las tramas de subjetivación establecen modelos de comportamiento en perspectiva de la autorrealización. De este modo –siguiendo las nociones de “proyecto” de Heidegger (1971) y Giddens (1995), la idea de que Facebook funge como un espacio performativo y configurativo de subjetividades, y la descripción de Foucault de los exámenes de conciencia aletúrgicos (2016)– las tramas hacen las veces de reactivos para el examen público de la conciencia y como prescripciones de comportamiento. Esto ha sugerido que:

- a) Las tramas de subjetivación enunciativas brindan el control de la situación comunicativa a través de las que los agentes interpretan un *performance* reflexivo y propositivo semejante al del gurú. Y, además, proveen horizontes de comprensión que vuelven asequible y decible el propio devenir biográfico de los sujetos; hecho de corte catártico a través del que estarían experimentando una relación sana consigo mismos.
- b) Facebook es practicado por el agente como un escenario estética y fenoménicamente dramático. Esto es: la pantalla es una frontera ética como el escenario lo es para el espectador; la red social provee herramientas multimedias para construirse un perfil expresivo e individual idóneos para el *performance* de la autorrealización que se detecta en la resolución de situaciones conflictivas ínsitas al carácter admonitorio del consejo ofrecido; y las prácticas aquí estudiadas –divulgación, curaduría y creación– generan y organizan tensiones dramáticas de distinta manera.
- c) Las prácticas comunicativas de los agentes son una actualización post-religiosa de la exomologesis y la exagoreusis como formas del examen de conciencia. Esto supone que las tramas enunciativas son reactivos para evaluar los pensamientos que obstaculizan la autorrealización, hay en ellas indicios de mortificación pública y

Facebook, por otro lado, es practicado como un escenario para la exposición pública de la interioridad espiritual.

1.4. Actualización positiva y espiritualización de la precariedad

Conforme se avanzó en la formulación del problema y la investigación de campo, se concretó esta doble idea acerca de la operación del dispositivo epistémico positivo: uno, que actualiza, vía la simplificación, discursos sociales que históricamente anteceden al aparato positivo; dos, que configura a la precariedad –del mismo modo que las religiones judeocristianas– en un mecanismo subjetivo de espiritualización.

Respecto de la simplificación considero que, como el propio término lo sugiere, el pensamiento positivo genera que discursos o nociones multidimensionales y complejas se hagan accesibles, emocionales, conscientes y fáciles de operar. Por lo explorado en este trabajo, se encontró que, por ejemplo, la trama “Libérate” es la actualización positiva del discurso de la libertad cuya simplificación consiste en interiorizar emocionalmente el yugo en un *librarme de mi mismo*. También, con base en un recorrido bibliográfico de la utilización del término “eudaimonia” en un conjunto de textos de Psicología Positiva, la simplificación es todavía más violenta pues, con base en una lectura incompleta –por decir lo menos– al referido Aristóteles, se termina por tergiversar acomodaticiamente el sentido del *daimon* griego de modo que pueda ser empleado como figura de la autorrealización.

Por otro lado, un aspecto con condujo la investigación fue el de considerar a las tramas como huellas de procesos de espiritualización; es decir, como signos de un dispositivo epistémico que dota a los sujetos de lenguajes y códigos para comunicarse con y hacer hablar su interioridad espiritual o, decimos, su “yo esencial”. Teóricamente he apostado por seguir en la conformación de este marco de comprensión, la noción ontológica de “Negatividad” (*Nichtigkeit*) que refiere la imposibilidad de que el ser humano se dé así mismo en posesión (Heidegger, 1971; Agamben 2003; Han, 2012, 2013, 2014^a). Con ella como horizonte se ha entendido la naturaleza paradójica de la autorrealización positiva y que las emociones (pero

también el *daimon* o el *genius*) corresponden con el orbe de lo pre-individual. Dicho de otro modo, el pensamiento positivo permite que los sujetos interioricen como propio –a través de la emocionalidad y las “vibras”– la alteridad, el “universo” o lo “divino” en perspectiva de esta autorrealización que supondría la fusión o “eclipse” con la imagen depurada de sí mismo. Un ejemplo integrado de este proceso se detecta en la “Instantánea 15” de este trabajo.

Sumado a ello –en este caso con base en la noción de “precariedad” de Lorey (2006, 2010, 2014), en literatura en torno de la autoayuda: Coll (2006), Lombana (2009), Rimkie (2000) o Rose (1999, 2012) y la “psicopolítica formulada por Han (2014^a)– he interpretado que estos procesos operan en orden de espiritualizar la precariedad en correspondencia con valores vinculados al neoliberalismo. A su vez, ello ha sugerido que:

- a) Las tramas de subjetivación enunciativas naturalizan la precariedad como cosa necesaria e ínsita al modelamiento y a la búsqueda de autorrealización de los sujetos.
- b) La precariedad es considerada una experiencia privilegiada –de nuevo, como en las religiones judeocristianas– para establecer y depurar la comunicación con la interioridad espiritual.
- c) La espiritualización de la precariedad como mecanismo de subjetivación no habría de observarse como un proceso de sujeción o atadura de los individuos a formas o estructuras preestablecidas, sino como un dispositivo que libera o descrea al propio sujeto de sí mismo. Teóricamente le abre la posibilidad de experimentar “ser un hombre nuevo”.
- d) De acuerdo con las prácticas en lo particular, esta manera de sublimar la precariedad normaliza valores éticos neoliberales como la transparencia, la productividad o rendimiento personal y la capacidad de adaptación a entornos negativos.

2. Aportes entusiastas y retos

Durante el trabajo cotidiano de reflexión y escritura, a veces me ha dado la impresión de que esta tesis es espantosa y hueca y, otras, de que no está mal, de que hay razones para verla con buenos ojos. En todo caso, aunque todavía no tenga la lejanía necesaria para saber cuáles son sus aportes sí tengo, sin embargo, la cercanía para referir las estrategias o los contenidos que me *entusiasman* de ella; es decir, que –como respalda su etimología– me llenaron de una deidad alegre que no es mía pero que sería también la mejor imagen interna a la que puedo apelar. Dejando de lado los posibles aportes generados por abordar el objeto de estudio en Facebook y observar a las prácticas en términos de proyección mediática y biográfica, apunto tres.

El primero ha sido el intento de colocar sistemáticamente al pensamiento positivo, y con más precisión a los procesos de subjetivación positiva, en el mapa de las reflexiones socio-simbólicas sobre el cuidado de sí en las sociedades contemporáneas. Es evidente que los trabajos de Papalini (2005, 2010, 2013), Illouz (2007, 2010, 2014) o Han (2012, 2013, 2014^a) –en diferentes regiones disciplinares y con distintas posturas ante el fenómeno de la positividad– han labrado el horizonte disciplinar, en efecto; no obstante, a partir de la cristalización conceptual de la lógica terapéutica positiva con base en su radicalización ontológica extraída por oposición a la “negatividad” congénita del ser humano (Heidegger, 1971; Agamben, 2003, Han, 2013, 2015), me ha parecido un acercamiento fructífero que tiende a sistematizar teóricamente al pensamiento positivo como un dispositivo de subjetivación epistémica que opera en la realidad cotidiana de las personas.

El segundo es una continuidad del anterior y tiene que ver con formular el objeto de estudio a partir del constructo “tramas de subjetivación positiva”. Sin ser original –y siendo tan deudor de Geertz (2003) como de Hall (1990), en la medida de que aquel la formuló enunciativamente y éste la clarificó como “sutura” entre lo social y lo individual que se resuelve en la auto-construcción de sujetos– ha sido una estrategia de análisis discursivo que podría ser replicable en otros estudios sobre pensamiento positivo que procuren conocer el papel de éste en la constitución de subjetividades.

El tercer aporte considero que ha sido el hecho de comprender al dispositivo epistémico positivo como un modelador de procesos de espiritualización. La investigación, así, podría circunscribirse y enriquecer los estudios sobre las post-religiones, lo religioso o las ritualidades contemporáneas, puesto que ofrece algunos elementos teóricos y metodológicos para estudiar las formas de codificación de la interioridad emocional y psíquica de los sujetos.

Por otro lado, en buena medida los retos son una consecuencia de las faltas.

Tomando en cuenta que soy investigador del Departamento de Letras y que mi investigación gira en torno de las condiciones y los condicionamientos filosóficos, sociales e históricos de la poética trágica (que se sostiene en la noción de que el personaje trágico es aquel que abraza alegremente su propia imposibilidad), y que esta investigación sobre el pensamiento positivo ha terminado por ser en parte un espejo inverso de aquella (el agente sería el complemento opuesto al personaje trágico), es un reto y una obligación explorar las rutas que sólo quedaron señaladas y fortalecer muchos de los aspectos de los que este documento da testimonio.

Por explorar hay dos vertientes importantísimas. En primer lugar, la trama narrativa “contra viento y marea” y las tramas simbólicas “Sé tu propia obra de arte”, “Eres más si menos tienes” y “Dilo, sánate”, aunque fueron identificadas y parcialmente interpretadas en trabajos previos, no lograron pensarse y elaborarse con la profundidad que hubiera deseado. La trama narrativa fortalece el sentido biográfico e histórico de las prácticas y del dispositivo epistémico; las tramas simbólicas son parte de los valores axiológicos y de “sentido común” culturalmente contruidos que sostienen la validez experiencial de las tramas enunciativas. Su descripción e interpretación puntuales son el paso previo necesario para desarrollar la segunda vertiente importante que, además, implica un enorme esfuerzo: la revisión y construcción diacrónica del dispositivo epistémico positivo con base en sus tramas de subjetivación.

Esta línea de investigación fortalecería la formulación del dispositivo epistémico, la comprensión de las razones estructurales por las que las personas se sujetan al pensamiento positivo o la adecuada contextualización del neoliberalismo como sistema económico que naturaliza la precariedad a través de la programación emocional. La reconstrucción socio-

histórica de cómo fue originándose el pensamiento positivo y cómo se adhirió y reformuló terapéuticamente los discursos de la libertad, de la belleza, del cuidado de sí por la palabra o de la experiencia plena del presente, no sólo me parecería un trabajo interesantísimo de leer, también sería un trabajo que establecería condiciones socio-históricas para comprender mejor las distintas formas de subjetivación contemporáneas. Deseo tener una larga vida para ello.

Referencias

- Ábrego, V. (2013). Generación hipertextual de sentido y construcción de la presencia en Facebook. Escenarios emergentes. En Rodríguez, Z., Rodríguez, T. (Coords.), *Socialidades y afectos* (217-255). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Agamben, G. (1998). *Homo sacer: el poder soberano y la nuda vida*. Valencia: Pre-Textos.
- (2001). *Estancias. La palabra y el fantasma en la cultura occidental*. Valencia: Pre-Textos.
- (2003). *El lenguaje y la muerte. Un seminario sobre el lugar de la negatividad*. Valencia: Pre-Textos.
- (2004). *Infancia e historia. Destrucción de la experiencia y origen de la historia*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- (2005). *Profanaciones*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- (2011). ¿Qué es un dispositivo? *Sociológica*, 26 (73), 249-264.
- Aguilar, D.; Said, E. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso Facebook. *Zona próxima. Revista del Instituto de Estudios en Educación del Norte*, 12 (2010), 190-207.
- Agustín, San (1990). *Confesiones*. Madrid: Alianza.
- AMIPCI. (2014). *Estudio sobre los hábitos de internet en México 2014*. Recuperado de: https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf
- Ampudia, F. (2006). Administrar el yo: Literatura de autoayuda y gestión del comportamiento y los afectos. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 113 (2006), 49-72.

- (2007). *Las bridas de la conducta*. Madrid: CIS / Siglo XXI
- (2010). El logro del éxito: la dimensión social de la literatura de autoayuda. *Revista Española de Sociología* (13), 11-30. ISSN: 1578-2824.
- Anonymous. (13 de agosto de 2015). The mystery of ISIS. *The New York Review of Books*. Recuperado de <http://www.nybooks.com/articles/2015/08/13/mystery-isis/>
- Apodaka, E. (2011). La autoayuda y el consumo de dispositivos psíquicos en el caso de la innovación. *Arbor ciencia, pensamiento y cultura*. 187 (752), 1103-1118. Doi: 10.3989/arbor.2011.752n6007.
- Aristóteles. (1954). *Metafísica*. BS. AS.: Espasa-Calpe.
- (1957). *Ética nicomaquea*. México: UNAM.
- (1988). *Política*. Madrid: Gredos.
- (2000). *Poética*. México: UNAM.
- Aziz, N. (2009). El desencanto de una democracia incipiente. México después de la transición. En Rodríguez, O. (Coord.) *México ¿un nuevo régimen político?* México: Siglo XXI.
- Bajtín, M. (2003). *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- Baricco, A. (2009). *Los bárbaros: ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama.
- Bauman, Z. (2001). *La sociedad individualizada*. Madrid: Crítica.
- (2006). *Vida líquida*. Barcelona: Paidós.
- Baumeister, R.; Vohs, K.; Aaker, J.; Garbinsky E. (2013). Some key differences between a happy life and a meaningful life. *The Journal of Positive Psychology*. 8(6), 505-506.
- Beck, U. (1988). *La sociedad del riesgo*. Barcelona: Paidós.

- Beck, U.; Giddens, A.; Lash, S. (1997). *Modernización reflexiva*. Madrid: Alianza.
- Béjar, H. (2014). Los orígenes de la tradición del pensamiento positivo. *Athenea digital* 14(2), 227-253.
- Berger, P. (1969). *El dosel sagrado. Elementos de una teoría sociológica de la religión*. Buenos Aires: Amorrortu.
- (1999). Desecularization of the World. A Global Overview, en Peter Berger (Ed.) *Desecularization of the World. Resurgent religion and World politics* (pp.1-18). Washington: Eerdmans Publishing Co.
- Berger, P., y Luckmann, T. (1997). *La construcción social de la realidad*. Barcelona: Paidós.
- Berlanga, I. y Martínez, E. (2010). Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso *Facebook*. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 7 (2), 47-61.
- Berlinger, J. (2016). *Tony Robbins: A date with destiny*. Estados Unidos: Radical Media.
- Blanchot, M. (1992). *El espacio literario*. Barcelona: Paidós.
- (1994). *El paso (no) más allá*. Barcelona: Paidós.
- Bolívar, A. (2012). Metodología de la investigación biográfico-narrativa: Recogida y análisis de datos, visto en <https://www.researchgate.net/publication/282868267>. DOI: 10.13140/RG.2.1.2200.3929
- Bonnassie, P. (1988). *Vocabulario básico de la historia medieval*. Barcelona: Crítica.
- Botto, M. (2011). *Sujeto e individuo en el pensamiento de Gilles Deleuze*. (Tesis de doctorado). Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Autónoma de Madrid. Madrid.

- Bruno, D., y Luchtenberg, E. (2006). Sociedad pos-disciplinaria y constitución de una nueva subjetividad: un análisis de los discursos de la “autoayuda” y del nuevo *management* desde la perspectiva de Michel Foucault. *Nómadas: Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*. Universidad Complutense de Madrid. 13 (2006).
- Bradburn, N. M. (1969). *The Structure of Psychological Well-Being*. Oxford: Aldine.
- Butler, J. (2006). Vida precaria. El poder del duelo y la violencia. Buenos Aires: Paidós.
- Byrne, R. (2011). *El secreto*. Recuperado de <http://leerlibrosonline.net/el-secreto-la-ley-de-la-atraccion-rhonda-byrne/>
- Camilo, C. (2012). Investigar las emociones: antecedentes, retos y perspectivas. En Jimeno M., Murillo, S. L., y Martínez, M. J. (Eds.) *Etnografías contemporáneas. Trabajo de campo* (pp. 99-134). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Campbell, J. (1959). *El héroe de las mil caras: Psicoanálisis del mito*. México: FCE.
- Castells, M. (1999). *La era de la información*, Vol. 2. México: S.XXI.
- (2009). *Comunicación y poder*. Barcelona: Alianza.
- Ceniceros, J. (2014). *Cura por la palabra, aparato del lenguaje y el origen de las metapsicología en dos textos tempranos de Freud: 1981 y 1983*. Recuperado de http://www.academia.edu/11331030/Cura_por_la_palabra_aparato_del_lenguaje_y_el_origen_de_la_metapsicolog%C3%ADa_en_dos_textos_tempranos_de_Freud_1891_y_1893
- Ciclografías. (2015). *¿Qué le pasa a tu cerebro cuando pedaleas?* Recuperado de <https://www.ciclografias.com/2015/12/04/qu%C3%A9-le-pasa-a-tu-cerebro-cuando-pedaleas/>
- Coll, M. (2006). Una narrativa de control social: acerca del género “Autoayuda”. *X jornadas nacionales de investigadores en comunicación*, 2006 (10). Universidad Nacional de San Juan.

- Colli, G. (1998). *La sabiduría griega*. Valladolid: Trotta.
- (2004). *Filosofía de la expresión*. Madrid: Siruela.
- (2005). *El nacimiento de la filosofía*. Barcelona: Tusquets.
- (2009). *La naturaleza ama ocultarse*. México: Sexto Piso.
- Collins. (2017). *Collins Dictionary*. Recuperado de <https://www.collinsdictionary.com/>
- CONACULTA (2006). *Encuesta Nacional de Lectura*. Recuperado de <http://www.oei.es/historico/noticias/spip.php?article1850>
- (2010). *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumos culturales*. Recuperado de http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/
- Constante, A. (2014). ¿Qué son las redes sociales? En Alberto Constante (Coord.) *Las redes sociales. Una manera de pensar el mundo* (pp. 13-36). Ciudad de México: UNAM.
- Cresswell, J. (1998). *Qualitative inquiry and research design*. Los Ángeles: Sage.
- Davies, W. (2005). *La industria de la felicidad*. Barcelona: Malpaso.
- Dawkins, R. (2007). *El espejismo de Dios*. Madrid: Espasa-Calpe.
- De Moraes, D. (2007). *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa.
- Del Fresno, M. (2011). *Netnografía. Investigación, análisis e intervención online*. Barcelona: Editorial UOC.
- Di Florio, P., Leeman, L. y Rader, P. (2014). *Awake. The life of Yogananda*. Estados Unidos: CounterPoint films.
- Di Próspero, C. (2011). Autopresentación en Facebook: un yo para el público. *Revista latinoamericana de estudios sobre cuerpos, emociones y sociedad*. 6 (3), 44-53.

DRAE. (2017). *Diccionario de la Real Academia Española*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?w=diccionario>

Dresser, H. (1919). *The history of the New Thought Movement*. New York: Thomas Crowell.

Eagleton, T. (2005). *Ideología. Una introducción*. Barcelona: Paidós.

(2016). *Esperanza sin optimismo*. Madrid: Taurus

Ehrenreich, B. (2008). *Una historia de la alegría*. Madrid: Paidós.

(2011). *Sonríe o Muere. La trampa del pensamiento positivo*. Madrid: Turner.

Enciclopedia Espasa-Calpe. (1924). *Enciclopedia Espasa-Calpe*. Tomo XXV. Madrid.

Encyclopaedia Britannica. (2017). *Encyclopaedia Britannica*. Recuperado de <https://www.britannica.com/>

Espino-Sánchez, G. (2014). La política en internet, ¿de la mediatización a la convergencia digital? *Convergencia. Revista de ciencias sociales*. UAEM. 65 (mayo-agosto 2014), 39-63.

Fernández de Lara, C. (2016). Una crisis determina lo que sigue en tu vida. En *Tec Review* 5 (mayo-junio 2016), 12-16.

Ferraris, M. (1999). *La hermenéutica*. México: Taurus.

Foucault, M. (1984). *La verdad y las formas jurídicas*. México: Gedisa.

(1990). *Tecnologías del yo*. Barcelona: Paidós.

(1991). *Saber y verdad*. Madrid: La piqueta.

(2000). *Vigilar y castigar*. México: Siglo XXI.

- (2000a). *El pensamiento del afuera*. Valencia: Pre-Textos.
- (2001). La ética del cuidado de sí como práctica de libertad. En *Dits et écrits II (1976-1988)*. París: Gallimard.
- (2014). *El gobierno de los vivos*. México: FCE.
- (2016). *El origen de la hermenéutica del sí. Conferencias de Dartmouth, 1980*. México: SigloXXI.
- Fredrickson, B., Grewen, K., Coffey, K., Algoe, K., Firestine, A., Arevalo, J., Cole J., y Cole, S. (2013). A functional genomic perspective on human well-being. En *PNAS* (Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America). 110 (33) 13684–13689. Doi: 10.1073/pnas.1305419110
- Friedman, E. (2012). Well-Being, Aging and Immunity. En Segerstrom, S. (ed.) *The Oxford Handbook of Psychoneuroimmunology*. New York: Oxford University Press.
- Fuchs, Ch. (2014). Social media and the public sphere. *tripleC* 12(1) 57-101.
- Gadamer, H. G. (1998). Texto e interpretación. *Cuaderno gris* 3, 17-41.
- (1999). *Verdad y método*. Salamanca: Sígueme.
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Giddens, A. (1990). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.
- (1995). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.
- Greimas, J. A. (1971). *Semántica estructural*. Madrid: Gredos.
- (1973). *En torno al sentido: ensayos semióticos*. Madrid: Fragua.
- Grupo M. (1987). *Retórica general*. Barcelona: Paidós.

- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Guzmán, M. (2014). Facebook: Narcisismo y resistencia en una época post-ideológica. *Communication, technologie et développement*, 1 (septiembre 2014), 89-97.
- Hall, S. (1996). ¿Quién necesita identidad? En Hall, S. y Du Gay, P. (Comps.), *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.
- (2013). *Discurso y poder*. Huancayo: Material de lectura académica.
- Han, B. Ch. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder.
- (2014a). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.
- (2014b). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- (2015). *El aroma del tiempo*. Barcelona: Heder.
- Hegel, W. (1970). *Ciencia de la lógica*. S/C: Ediciones Solar.
- Heidegger, M. (1971). *El ser y el tiempo*. México: FCE.
- (1980). *Introducción a la metafísica*. BS. AS.: Nova.
- (2010). *¿Qué significa pensar?* Madrid: Trotta.
- Hernández, E. (2012). Facebook: una subjetividad evanescente. *Tramas*, UAM-X. 36, 99-125.
- Hill, N. (2008). *Piense y hágase rico*. San Francisco: HablaLibre publishing.
- Hine, Ch. (2000). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.

- Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas*. Buenos aires: Katz.
- (2009). El consumo de la utopía romántica. Buenos Aires: Katz.
- (2010). La salvación del alma contemporánea. Terapia, emociones y la cultura de la autoayuda. Buenos Aires: Katz.
- (2010a). Entrevista a Eva Illouz. *Metrópolis*. Revista de información y pensamiento urbanos. Núm. 79. Barcelona.
- (2012). *¿Por qué duele el amor?* Madrid: Katz / Clave Intelectual.
- (2014). El erotismo de autoayuda. Cincuenta sombras de Grey y el nuevo orden romántico. Buenos Aires: Katz.
- (2014a). *El futuro del alma*. Madrid: Katz / CCCB.
- Jackson, B. (2001). *Management Gurus and Management Fashion. A Dramatistic Inquiry*. New York: Routledge.
- Kouritzin, S., Piquemal, N. y Norman, R. (2009). *Qualitative research: Challenging the orthodoxies in standard academic discourse (s)*. Washington: Routledge.
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas de investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Lacan, J. (1999). *Las formaciones del inconsciente*. BS. AS.: Paidós.
- (2004). *La lógica del fantasma*. París: Association Lacannienne Internationale.
- Lévinas, E. (1997). *Totalidad e infinito*. Salamanca: Sígueme.
- (1999). *De otro modo que ser o más allá de la esencia*. Salamanca: Sígueme.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al consejo de Europa*. Barcelona: Anthropos.

- Lévi-Strauss, C. (1987). *Antropología estructural*. Barcelona: Paidós.
- Lipovetsky, G. (2006). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- (2007). *La felicidad paradójica*. Barcelona: Anagrama.
- (2009). *La pantalla global*. Barcelona: Anagrama.
- Lombana, M. (2009). Supuestos sociológicos y comunicativos que explican la decadencia de los valores debido al surgimiento del concepto de autoayuda. *Signo y Pensamiento* 28 (55) 247-263.
- Lorey, I. (2006). Gubernamentalidad y precarización de sí. Sobre la normalización de los productores y las productoras culturales. *Brumaria* (7).
- (2010). Devenir común: la precarización como institución política. *E-flux journal*, (17).
- (2014). El régimen de la precarización. Crisis, deuda y gubernamentalidad neoliberal en Europa. *Youkali*, (16).
- Loewe, D. (2011). La felicidad y el bienestar subjetivo. En Carmen Trueba (coord.) *La Felicidad. Perspectivas antiguas, modernas y contemporáneas*. México: UAM.
- Manjón, J. (2014). La autoayuda y el consejo como procedimientos psicoterapéuticos. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, (122), 283. Doi: 10.4321/S0211-57352014000200004
- Merriam-Webster. (2017). *Merriam Webster Dictionary*. Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/>
- Meyer, D. (1980). *The positive thinkers. Religión as pop psychology: From Mary Baker Eddy to Oral Roberts*. New York: The phanteon books.

- Moritán, J. (2012). Autoayuda. Riesgos y oportunidades para un nuevo humanismo. *Persona y cultura*, (21).
- Morozov, E. (2011). *The net delusion*. New York: Public Affairs.
- (2015). *La locura del solucionismo tecnológico*. Madrid: Katz.
- Muñoz, A. (2013). Problemas y aciertos de la teoría del Yo narrativo de Dennett: aportaciones al debate sobre la identidad personal. En *Logos. Anales del Seminario de Metafísica*. Vol. 43.
- Nietzsche, F. (2001). *El nacimiento de la tragedia*. Madrid: Biblioteca Edaf.
- Norton, D. (1976). *Personal Destinies. A Philosophy of Ethical Individualism*. Princeton: Princeton University Press.
- Nueva Biblia de Jerusalén (s/f). *Nueva Biblia de Jerusalén*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Océano Uno, (1994). *Océano Uno. Diccionario enciclopédico*. Bogotá: Océano.
- Okuda, M. y Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos de investigación cualitativa. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34 (1), 118-124.
- Ordóñez, G. (2009). El régimen de bienestar mexicano: entre la exclusión, la segmentación y la universalidad. En Barba, C., Valencia, E. y Ordóñez, G. (Coords.), *Más allá de la pobreza. Regímenes de bienestar en Europa, Asia y América*, Guadalajara: Universidad de Guadalajara / Colegio de la Frontera Norte. (2009), 38.
- Orosz, G., Szkeres, A., Kiss, Z., Farkas, P. y Roland-Lévy, Ch. (2015). Elevated romantic love and jealousy if relationship status is declared on Facebook. *Frontier in Psychology*. DOI: 10.3389/psyg.
- Ortiz-Osés, A. y Lanceros, P. (2006). *Diccionario interdisciplinar de hermenéutica*. Bilbao: Universidad de Deusto.

- Papalini, V. (2005). Literatura de autoayuda y cultura masiva. *IX Jornadas Nacionales de Investigadores de Comunicación*. ISSN: 1852-0308.
- (2006). La subjetividad disciplinada: de la contracultura a la autoayuda. *La comunicación como riesgo: cuerpo y subjetividad*. La Plata: Al margen.
- (2006-2007). Literatura de autoayuda: una subjetividad del Sí-Mismo enajenado. *L trama de la comunicación*, Vol. 11. ISSN: 1668-5628.
- (2007). La domesticación de los cuerpos. *Enl@ce: Revista venezolana de información*. Año 4, No. 1. ISSN: 1690-7515.
- (2010). Libros de autoayuda. Biblioterapia para la felicidad. *Athenea digital*, número 19. ISSN: 1578-8946.
- (2013). Recetas para sobrevivir a las exigencias del neocapitalismo. *Nueva Sociedad*, No 245, ISSN: 0251-3552.
- Peale, N. V. (2004). *El poder del pensamiento positivo*. EE.UU.: Peale Center for Christian Living.
- Peredo, M. A. (2012). En busca de la felicidad. Los libros de autoayuda. *Intersticios sociales*, El Colegio de Jalisco. 4, 1-31.
- Peyton, T. (2014). Emotion to action? Deconstructing the ontological politics of the “Like” button”. En *Internet and Emotions*. New York: Routledge.
- Propp, V. (1977). *Morfología del cuento*. Madrid: Fundamentos.
- Punset, E. (2010). *El viaje a la felicidad*. Madrid: Destino.
- Rastier, F. (2005). *Semántica interpretativa*. México: Siglo XXI.

- Rauch, S. y Schanz, K. (2013). Advancing racism with Facebook: Frequency and purpose of Facebook use on prejudiced and egalitarian messages. *Computers in Human Behaviour*, 29 (3).
- Rimkie, H. M. (2000). Governing citizens through self-help literature. *Cultural Studies*, Número 14. ISSN: 0950-2386.
- Reguillo, R. (2012). Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a YouTube y viceversa. *Comunicación y sociedad*. Nueva época, número 18.
- Rendueles, C. (2014). *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*. México: Debate.
- Rimkie, H. (2000). Governing citizen through self-help literature. *Cultural Studies*, 14 (1).
- Rivera, B., Arango, J. y Zamudio, P. (2013). Las subjetividades políticas que circulan en los espacios virtuales de socialización, el caso de la página de Facebook Universitarios con Petro. *Perspectivas*. Número 18.
- Rose, N. (1999). *Governing the soul*. Londres: Free Association Books.
- (2012). *Governmentality Studies*, liberalismo y control. Entrevista con Nikolas Rose. *Nuevo Itinerario. Revista Digital de Filosofía*, Chaco, Argentina, 7 (7).
- Ryan, R. y Deci, E. (2001). On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141-166.
- Ryff, C. (1989). Happiness Is Everything, or Is It? Explorations on the Meaning of Psychological Well-Being. *Journal of Personality and Social Psychology*. 57 (6).
- Ryff, C., Singer, B.H. y Dienberg, G. (2004). Positive health: connecting well-being with biology. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 359(1449), 1383–1394. <http://doi.org/10.1098/rstb.2004.1521>

Ryff, C.D. y Singer, B. (1996), Psychological Well-Being: Meaning, Measurement, and Implications for Psychotherapy Research, *Psychotherapy and Psychosomatics*, 65, 14-23.

Salamone, L. (s/a). Aquel antiguo poder ensalmador. En *Praxis freudiana*. Recuperado de https://www.kennedy.edu.ar/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/Aquel_antiguo_poder_ensalmador_85.pdf

Sánchez, J. (27 de junio de 2017). México tiene 49 millones de usuarios en Facebook. *El economista*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2014/03/20/mexico-tiene-49-millones-usuarios-facebook>

Sayar, K. y Senkal, Z. (2014). Facebook Loves: Depression, Psychosis and Online Romance, Report of Three Cases. *Journal of Mood Disorders*. 4 (1).

Sautu, A. (2005). *Manual de metodología*. Buenos Aires: CLACSO.

Schettini, M. (s/a). *A religao na complexidade contemporânea Teologia da Prosperidade, Literatura de Autoajuda, Modernidade*. 37 Encontro Anual de ANPOCS. Recuperado de <http://www.anpocs.com/index.php/papers-37-encontro/spg-2/spg11-2/8726-teologia-da-prosperidade-literatura-de-autoajuda-modernidade/file>

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Seligman, M. (2003). *La auténtica felicidad*. Barcelona: Ediciones B.

Sennet, R. (2001). *La corrosión del carácter*. Barcelona: Anagrama.

Serrano-Puche, Javier (2016). Internet y emociones: nuevas tendencias en un campo de investigación emergente. *Comunicar. Revista Científica de Edocomunicación*, 24 (46), 19-26. <https://doi.org/10.3916/C46-2016-02>

Sloterdijk, P. (1998). *Extrañamiento del mundo*. Valencia: Pre-Textos.

- (2000). *El pensador en escena*. Valencia: Pre-Textos.
- (2003, 2004, 2009). *Esferas I, II, III*. Barcelona: Siruela.
- (2012). *Has de cambiar tu vida*. Valencia: Pre-Textos.
- Smiles, S. (1895). *¡Ayudate!* París: Librería española de Garnier hermanos.
- Souroujon, G. (2009). El infierno son los demás. La concepción del otro en la ética de la autoayuda. *Athenea Digital*. 16, 19-75.
- Steiner, G. (1999). *Heidegger*. FCE: México.
- Sveningson, M. (2014). "I don't like it and I think it's useless, people discussing politics on Facebook": Young Swedes' understandings of social media use for political discussion. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 8(3), article 8. doi: 10.5817/CP2014-3-8
- Tecnológico de Monterrey (2015-2016). *Tec Review. Investiga, Innova, Emprende*. México.
- Tello, C. (2010). Sobre la desigualdad en México. En *Estancamiento económico, desigualdad y pobreza: 1982-2009*. México: UNAM.
- Torazona, R. (2013). Variables psicológicas asociadas al uso de Facebook: autoestima y narcisismo en universitarios. (Tesis de Licenciatura en Psicología de la PUCP). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4619>
- Toret, J. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema-red 15M un nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona: UOC.
- Trueba, C. (2011). *La Felicidad. Perspectivas antiguas, modernas y contemporáneas*. Carmen Trueba (coord.), México: UAM.
- Trump, D. (2004). *How to get rich*. Nueva York: Random House.

- Turkle, Sh. (1995). *Life on the screen. Identity in the age of internet*. New York: Simon & Schuster.
- Turner, V. (1988). *El proceso ritual*. Madrid: Taurus.
- Van Gennep, A. (2008). *Los ritos de paso*. Madrid: Alianza editorial.
- Vargas, L. (2003). ¿La subjetividad del sujeto o el sujeto de la subjetividad? En, Jáidar, I. (Comp.), *Tras las huellas de la subjetividad*. México: UAM-X.
- Verón, E. (1993). *La Semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Vilches, L. (1984). *La lectura de la imagen*. Barcelona: Paidós.
- Vives, J. (1996). ¿Cura el psicoanálisis? En *Subjetividad y cultura*. Núm. 7. México.
- Waterman, A. (1990). The relevance of Aristotle's Conception of Eudaimonia for the Psychological Study of Happiness. *Theoretical and Philosophical Psychology*, 10 (1),39-44.
- (1993). Two Conceptions of Happiness: Contrast of Personal Expressiveness (Eudaimonia) and Hedonic Enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64 (4).
- Weber, M. (1969). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Ediciones Península.
- Weil, S. (1991). *La gravedad y la gracia*. México: Editorial Jus.
- Williams, R. (1981). *Cultura. Sociología de la comunicación y el arte*. Barcelona: Paidós.

- Williamson, J. (1998). Revisión del consenso de Washington, en L. Emmerij y J. Núñez del Arco (Eds.), *El desarrollo económico y social en los umbrales del siglo XXI*: Washington: Inter-American Development Bank (IDB).
- Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular. La conexión como espacio de control de la incertidumbre*. México: UAM-Siglo XXI.
- Yogananda, P. (2008). *Autobiografía de un yogui*. Self-Realization Fellowship.
- Zhao, S., Grasmuck, S., y Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behaviour*, 24. doi:10.1016/j.chb.2008.02.012