



knowsquare .

ALFONSO VÁZQUEZ

1 DE MARZO DE 2016

LA ESTRATEGIA DE NARCISO

ENSAYO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square S.L.

Siguiendo la leyenda griega, Narciso vive ensimismado en su propia imagen; no puede oír, no puede ver al Otro. Las últimas palabras que recibe son el final de sus propias frases: "Ahí, ahí...", "ven, ven..." pronunciadas por la ninfa Eco. No existe *alteridad*, sólo *ensimismamiento*. Según la leyenda, Narciso muere ahogado, literalmente, en su propia imagen.

Lipovetsky, al hablar de Narciso, lo refiere a la *estrategia del vacío*. Dice: "*Eso es precisamente el narcisismo, la expresión gratuita, la primacía del acto de comunicación sobre la naturaleza de lo comunicado, la indiferencia por los contenidos, la reabsorción lúdica del sentido, la comunicación sin objetivo ni público, el emisor convertido en el principal receptor*".¹

Hubo un tiempo en el que los **héroes** eran los titanes, los caudillos guerreros, los fundadores de órdenes religiosas, los líderes revolucionarios, los grandes pensadores... Todos ellos tenían como referencia comunidades a las que se referían, de las que se nutrían y a las que, de una forma u otra, creían servir. Hoy, absorbidos por el poder financiero y por su correlato, la ideología neoliberal, todas estas figuras o han desaparecido o están en peligro de extinción.

En la *era del vacío* sólo cabe la promoción de un tipo de héroe, azuzado y exaltado por los discursos del establishment: Narciso. "*Narciso, obsesionado por él mismo, no sueña, no está afectado de narcosis, trabaja asiduamente para la liberación del Yo, para su gran destino de autonomía, de independencia: renunciar al amor, 'amarme tanto a mí mismo*

¹ G. Lipovetsky "La era del vacío" ANAGRAMA (1986)

que no necesite al otro para hacerme feliz' *ese es el nuevo programa revolucionario (...)*".²

Logos

Desde los años setenta del siglo pasado, el neoliberalismo se ha empleado con enorme violencia, muchas veces sangrienta, contra todo tipo de *comunitarismo* que pudiera suponer un obstáculo a sus designios. Entre otros efectos, esta ofensiva ha *precarizado*, cuando no destruido, el trabajo como construcción colectiva. Las escenas de "*Metrópolis*", "*Tiempos modernos*" o "*Desierto rojo*" han desaparecido; lo omnipresente hoy, lo que se visibiliza por doquier, son los **logos** de las grandes corporaciones con su exuberante exhibición. Y, con frecuencia, pero en formas aisladas, los rostros de los empleados despedidos en algunas de sus filiales, las catástrofes con decenas o cientos de trabajadores muertos en algunos de sus dominios en los llamados "países emergentes", o los reportajes sobre las condiciones de esclavismo (incluido el infantil) en que trabajan las subcontratas de las subcontratas de los proveedores de estas firmas de "primer nivel".

Suele producirme una sonrisa amarga el oír hablar de una *sociedad líquida*, repleta de oportunidades para los que sepan identificarlas y aprovecharlas; vivimos en una *sociedad pétrea* marcada por el Poder casi ilimitado de las grandes corporaciones.³ Y en ella, el *trabajo* sólo tiene sentido como forma de ganarse (más mal que bien) la vida sirviendo a los dueños del dinero.

Pero nuestra civilización, nuestra historia, nuestra cultura siempre han sido construcciones comunitarias, con todos los "accidentes" que se quieran poner. Los seres

² *Op. cit.*

³ Ver **H. Mintzberg** "*La sociedad frente a las grandes corporaciones.*" Libros de cabecera (2015)

humanos somos, como otras especies, seres sociales: Necesitamos la comunidad. En palabras de Marx, en *“La ideología alemana”*: *“Solamente dentro de la comunidad con otros todo individuo tiene los medios necesarios para desarrollar sus dotes en todos los sentidos; solamente dentro de la comunidad es posible, por tanto, la libertad personal.”*

Pero la comunidad construye colectivamente y, en este sentido, ejerce poder. Las corporaciones *extractivas*⁴ necesitan obtener “valor” del sujeto, de su cuerpo y de su vida, *valorizarlos* (en términos monetarios); y, para ello, toda forma de poder que no sea la suya es un molesto obstáculo.

Pero dados los tremendos desequilibrios existentes hoy en la sociedad, en la que un 1% posee el 99% de la riqueza mundial en términos monetarios, necesitan una estrategia diferente de la que ha sido la *explotación* pura y dura, amparada por Estados, leyes y fuerzas del *orden*. Hay que evitar la sublevación; se necesita que el sujeto de explotación *interiorice* aquella como un acto heroico por su parte. Es **la estrategia de Narciso**.

Emprender: La marca personal

En el capitalismo, la *mediación social* por excelencia es el **trabajo**: *somos* según trabajamos y en qué trabajamos. *“Consecuentemente, el modo de dominación característico del capitalismo no es abiertamente social y personal: ‘estas relaciones de dependencia materiales [...] se presentan también de manera tal que los individuos son ahora gobernados por abstracciones, mientras que antes dependían unos de otros’. El capitalismo es un sistema de dominación abstracto e impersonal. Comparado con las*

⁴ *Op. cit.*

*formas sociales anteriores, las personas aparentan ser independientes pero, de hecho, están sujetas a un sistema de dominación social que no parece social, sino 'objetivo'.*⁵

La degradación del trabajo cooperativo no sólo aumenta las desigualdades, la miseria y la marginación, sino que contribuye a cerrar los horizontes sociales y vitales de los jóvenes que, en la fraseología clásica, “acceden” al mercado de trabajo. La ideología neoliberal necesita generar nuevos conceptos que, sin tocar las raíces del sistema, mute el grave problema en aparente oportunidad. Y formula su mensaje: Ya que no va a tener oportunidad de entrar en comunidades de trabajo, ¡emprenda!

Este mensaje es repetido como un *mantra* por empresarios, instituciones, universidades, expertos en *Management*... entusiasmados con la idea de haber dado con la piedra filosofal de nuestro tiempo. Y tiene su lógica prolongación en las llamadas al emprendedor –y, de paso, a todos– a construir su propia *marca personal*.

Evidentemente, las exhortaciones a *emprender* se dirigen a quienes no tienen recursos económicos y, en consecuencia, *tienen que venderse*, vender sus ideas, sus conocimientos, sus habilidades (artísticas u otras); no hay llamadas a “emprender” para los hijos de un magnate financiero. Para ello, a imagen de las grandes corporaciones, tienen que construir su “marca personal” para competir contra todos por lograr atraer a algún inversor que absorberá el valor generado por el emprendedor.

Generar la propia “marca personal” viene marcado por un intenso uso de las *tecnologías del yo*: Apariencia física, estética, uso intensivo de las tecnologías de comunicación para conseguir miles de *seguidores* en las redes sociales, avalanchas de “me gusta” ... Y para

⁵M. Postone “*Tiempo, trabajo y dominación social*” Marcial Pons (2006). Las citas de Postone se refieren a los *Grundrisse* de K. Marx.

ello, lógicamente, hay que hacerse cliente del succulento negocio de “autoayuda”, asistiendo a sesiones de *mindfulness*, *coaching*, y tantas variantes similares. Es decir, hay que *curarse* del ser social e imperfecto que somos. En palabras de Han:

“La fórmula mágica de la literatura de autoayuda norteamericana es la curación. Designa la optimización personal que ha de eliminar terapéuticamente toda debilidad funcional, todo bloqueo mental. La permanente optimización personal, que coincide totalmente con la optimización del sistema, es destructiva. Conduce a un colapso mental. La optimización personal se muestra como la autoexplotación total.”⁶

Pero, ¿qué es, al fin y al cabo, la “marca personal”? Es, sencillamente, la total *mercantilización* del propio **yo** para ponerlo a competir contra todos por recursos aparentemente escasos, una inversión que tiene que volverse rentable. Es la estrategia de Narciso, mirarse a sí mismo mientras el espacio con los Otros se vacía; o, más exactamente, se puebla del **equivalente** general, de la moneda, sólo de la moneda, que aparentemente iguala a todos mientras genera profundas desigualdades. *“El sujeto neoliberal como empresario de sí mismo no es capaz de establecer con los otros relaciones que sean libres de cualquier finalidad.”⁷*

Donde antes hubo **comunidad**, *estrategia del vacío*, pues, para ser *ocupada* por la moneda y convertirla en un *espacio extractivo*.

⁶ B. C. Han *“Psicopolítica”* HERDER (2014)

⁷ *Op. cit.*

El infierno de lo igual

Para un observador externo a nuestras sociedades, las soflamas, discursos y llamamientos a construir el “propio yo”, a ser “empresario de sí mismo”, a ostentar su “marca personal”, a crear su propio estilo... parecería indicar (como pretende hacer creer la ideología neoliberal) que nos adentramos en una sociedad compuesta por individuos libres, diferentes, plenos de sí mismos.

Pero Narciso no es libre, está prisionero de su imagen y se debe a ella hasta la muerte. Narciso no conoció las *tecnologías del yo* neoliberales. Bajo la apariencia de la libertad del individuo para *elegir*, estas técnicas conducen a lo *igual*. Pues el mandato es *competir* contra todos y todo, convertirse en la *estrella* de los negocios, de las redes, de las tecnologías, de la canción, de la belleza, o de cualquier otra cosa (como reflejan nuestros planes universitarios, el Arte y la Filosofía están muy devaluados y no exigen estrellatos...). Y, aunque se proclame de otra forma, las “recetas” para competir en cada caso están muy bien estructuradas y son de obligado cumplimiento: Sean cursos, cursillos, discursos, programas, libros, sesiones de todo tipo de cuidado del cuerpo y la mente, aluviones de mensajes publicitarios... conducen a *lo igual*, a una sociedad de clones de Narcisos deambulando sin más fin que ellos mismos.

Y lo *efímero* desplaza a la *leyenda*: En un mundo donde todos tienen que competir por ser los mejores, ¿cómo podrían aceptarse seres excepcionales, sean artistas, pensadores u otros? Hay que hacer tender todo, en plena orgía de la elección, hacia lo mismo, hacia lo igual, hacia lo *indiferente*. El resultado es el *infierno de lo igual*, que dice Han.

En el mundo de Narciso, pues, todo *equivalencia*; quien *no vale* para el mercado de las personas y las cosas, no existe, es *invisibilizado*, desaparece.

Pero, como en el premonitorio “Mundo Feliz” de Huxley, el sistema de robotización tiene una falla: Eros regresa.

“En todas partes encontramos la soledad, el vacío, la dificultad de sentir, de ser transportado fuera de sí; de ahí la huida hacia delante en las ‘experiencias’ que no hace más que traducir esa búsqueda de una ‘experiencia’ emocional fuerte. ¿Por qué no puedo yo amar y vibrar? Desolación de Narciso, demasiado bien programado en absorción en sí mismo para que pueda afectarle el Otro, para salir de sí mismo, y sin embargo insuficientemente programado ya que todavía desea una relación afectiva.”⁸

Y entonces...

La *lógica* neoliberal viene constituida por el *fetichismo* de la moneda hasta invadir y predeterminar toda forma de vida, incluyendo su destrucción. Narciso se erige en el *modelo* a seguir y a procurar para medrar en este sistema. Narciso es el sujeto de *autoexplotación* conducido por los cantos de sirena a ahogarse en sí mismo. Lo *igual* protege, cual un gigantesco ejército de *zombies*, a los detentadores del dinero y del poder. El destino parece ya inmutable. Pero esta *lógica* es *ilógica* referida al ser humano y a su esencia social, a su capacidad creativa y colaborativa, a su encuentro con sus congéneres en lo *común*.

¿Y, entonces? Necesitamos recuperar lo que nos es propio como especie, la **comunidad**. La comunidad no ha desaparecido, sencillamente ha sido *invisibilizada* por las luces de neón de los logos y los efímeros destellos de los narcisos, pero prolifera como forma de expresión y creación.⁹ Al fin y al cabo, aun cuando a los solícitos seguidores de la

⁸ G. Lipovetsky *Op. cit.*

⁹ Para algunos de los muchos tratamientos del tema, ver H. Mitzberg *Op. cit* o M. Wheatley “Walk out walk on” Berrett-Koehler (2011)

ideología neoliberal les suene a herejía anarco-marxista, la comunidad se rige, originariamente, por aquella máxima que reza: *“De cada cuál según sus capacidades, a cada cuál según sus necesidades”*.

Porque es en la comunidad donde, frente a la estrategia del vacío, **Eros** la llena con el deseo del Otro.

© Alfonso Vázquez
© Know Square S.L.