



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Estudios Superiores Iztacala

"Autoestima y relaciones personales, ¿Es posible una politización de la autoestima?"

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA
P R E S E N T A

América Patricia Marmolejo Colin

Director: Mtro. **Víctor Manuel Alvarado García**
Dictaminadores: Mtra. **Mayra Eréndira Nava Becerra**
Dr. **Ramón Chaverry Soto**





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A la Universidad Nacional Autónoma de México

A la Facultad de Estudios Superiores Iztacala

A mis padres Patricia y Andrés; por todos aquellos sacrificios y esfuerzos que han hecho para verme crecer, por toda su sabiduría y su fe, gracias por hacer de mi lo que soy ahora. Soy yo quién se enorgullece de tenerlos.

A Mayra, a Víctor y a Ramón, por su tiempo y su paciencia, por todas las palabras y las experiencias; gracias por la comuna, ¡los quiero un montón!

A todos ustedes les debo más que éstas líneas, gracias por formar parte de mí.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1: UN ABORDAJE DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL CRÍTICA RADICAL	7
1.1 Crítica y práctica actual de la Psicología Social	8
1.2 El nuevo enfoque empiricista, el enfoque profesional y el enfoque transdisciplinar	10
1.3 Psicología Social Crítica y Psicología Social Radical	12
1.4 Pautas metodológicas a partir de la psicología social crítica.	16
2: EL LUGAR DEL YO EN LA MODERNIDAD ACTUAL	19
2.1 El valor de lo moderno	20
2.2 El miedo a la caducidad	23
2.3 Una nueva individualidad	27
2.3.1 La subjetividad encarnada	29
3: AUTOESTIMA, PSICOLOGÍA Y LÓGICA DE MERCADO	33
3.1 La nueva configuración del consumidor	35
3.2 Compra, como valor de cura	38
3.3 La nueva sociedad fragmentada	42
3.4 Las consecuencias sociales	46
CONCLUSIONES	51
BIBLIOGRAFÍA	56

INTRODUCCIÓN

El mundo contemporáneo, dados ciertos rasgos que lo distinguen, ha generado diversos replanteamientos prácticos en la realización de la vida. Pero no nada más en ese campo. Ha demandado generar alternativas comprensivas desde diferentes ámbitos, y uno de ellos ha sido el del abordaje científico, en particular en su vertiente académica. Las implicaciones que esto ha traído consigo, impactan directamente en las certezas tanto de la vida práctica como en las formas de conocimiento que venían siendo vigentes. En este marco, muchas certezas de la vida cotidiana se han visto alteradas y, junto con ellas, muchas de las certidumbres del conocimiento científico también.

La dimensión psicológica de la existencia ha adquirido, en esta nuestra era, una trascendencia que no tenía, y el saber de la psicología se ha visto enfrentado a una deconstrucción importante. Desde luego, esto está vinculado a las formas en que el mundo contemporáneo se formula prácticamente, donde la individualidad se ha convertido en un valor, casi una obligación, frente a un mundo que demanda cada día a sus miembros, salir adelante ante una complejización de la vida cada vez más intensa.

La aproximación a las formas en la configuración de la individualidad se realiza actualmente, en el marco de una dinámica social con una gran determinación mercantil, requiere un abordaje que no se limite a definir aisladamente dicha configuración, sino que se le sitúen dentro del mundo en que toma sentido. Esta relación, efectivamente, hoy es mediada por la noción de autoestima, como principio que articula la posibilidad de una individualidad “exitosa” con la hegemonía de las demandas del mercado en la dinámica social.

Actualmente, el concepto de autoestima es utilizado como elemento para deconstruir la visión de la individualidad y la de las identidades asociadas a ella, sin poner en tela de juicio la cultura, la historia y la política como elementos fundamentales del contexto en que ella adquiere significancia, en el que se desarrolla y forma como una dimensión relevante de lo personal. Esta trascendencia de la autoestima *en* el mundo contemporáneo, hace que

esa relación se nos presente como de necesaria atención. Sin embargo, esa relación se configura desde la noción de individualidad, en la que adquiere articulación, es decir, es porque se asume la necesidad y posibilidad de ser un individuo particular, distinguible, propio de nuestra era, que algo así como la propia estima adquiere sitio y ocasión. Considerada entonces en relación, aproximarse a la autoestima requería distanciarse de las formas tradicionales de concebirle y estudiarle. Así, el construccionismo social, aparece como el marco comprensivo que permitiría un abordaje pertinente. Este trabajo es el resultado de ese abordaje.

Partiendo del conocido lema “*lo personal es político*”, es decir, que pensar lo personal supone su abordaje en diferentes niveles de implicación, asumimos la importancia de rodear temáticamente la cuestión de la individualidad y la autoestima. En este sentido, la problematización buscada demandaba una caracterización de nuestra época moderna, para abrir nuestro campo de percepción sobre el ámbito público y político en el que una individualidad con autoestima adquiriría sentido. Comprender, por ejemplo, cómo se vinculan nuestras formas de percepción acerca el cuerpo, de las relaciones personales y de nuestra inmersión en una determinada configuración social, aparecían como cuestiones de interés.

A partir de la epistemología de la psicología social, especialmente la construccionista, nos acercamos a los fenómenos psicológicos, particularmente los psicosociales, considerando su dimensión histórica, es decir, como parte de un momento político-social, en el que adquieren “realidad”, tanto en una dimensión concreta, material, objetivada, como una más bien propia de la dimensión de lo subjetivo que distingue a la época, para comprender la articulación y la pluralidad de los diversos procesos que constituyen sus rasgos característicos.

De esta manera, las bases teórico-metodológicas para el sustento de esta tesis, están fuera del marco de las metodologías tradicionales y los procesos convencionales de análisis de lo psicológico, pues responde en gran medida a un conjunto de perspectivas que no necesariamente construyen una teoría tradicional coherente. Se busca una lectura de

reflexiva y comprensiva de nuestra época moderna, que permita una visión articuladora de diferentes dimensiones de realidad: El abordaje construccionista, se caracteriza por la diversidad de abordajes que se ponen en juego, que permitan una visión articuladora y se desprendan de las miradas dominantes en la disciplina (Alvarado, 2016).

La vida que propone la actual dinámica social hegemónica, que se ha extendido planetariamente, ha invadido todas las esferas de la existencia, las más íntimas y las más públicas, las de fuerte determinación institucional, como aquellas que se aparecen como más cargadas de espontaneidad. Marcada indudablemente por los desarrollos científico-técnicos, dicha dinámica ha colocado la cuestión de la individualidad en el centro de articulación de su posibilidad, pero no de cualquier individualidad. Determinada con gran fuerza por la mercantilización expandida, la vida se configura en la posibilidad de acceder a los bienes considerados importante para el vivir y esos bienes están en el mercado. De esta manera, esa individualidad requerida, ha de poseer rasgos propios de la vida en que los bienes se adquieren en el mercado. Así, la llamada autoestima se convierte en un rasgo que puede desarrollar cada individualidad, que requiere desarrollar si quiere integrarse a la dinámica imperante, para y en un mundo mercantilizado, en una sociedad de consumo.

Popularmente, existen dos grandes vertientes para concebir la autoestima. La más conocida, es difundida principalmente por los medios de comunicación y las tecnologías educativas y es fundamentalmente conservadora respecto de la idea de persona, individuo, vida social. La forma en la que se nos presenta forma parte de una configuración individualista y voluntariosa que no permite el análisis de las causas concretas de los problemas de autoestima, situadas específicamente en el individuo. Se pretende crear métodos terapéuticos o de autoconsumo para mejorar sin cambiar socialmente, su objetivo es modificar y reconfigurar la imagen, adaptar nuestro comportamiento a un sentido de modernidad, ocuparse de uno mismo, sin necesariamente “tener éxito”, pero aparentar que existe la realización personal, la eterna felicidad y la permanente búsqueda de aprobación de sí mismo.

Desde la nueva versión *líquida*, se concibe la autoestima como una ideología basada en la voluntad, en un elemento universal que obliga a tratar a los individuos de forma indistinta; hombres o mujeres, niños o adultos, perspectiva sociopolítica o cultura de procedencia, la nueva tendencia no dejaba a nadie absuelto del cambio histórico y la visión posmoderna (Bauman, 2005). Fomentando la individualidad por parte de la modernidad, esta nueva tendencia a la autoestima se enfocó también en atribuir los problemas de seguridad y confianza, las dificultades para lograr objetivos, los fracasos y la falta de autocontrol a categorizarlo como *problema* o *enfermedad*, que afecta la capacidad de integrarse exitosamente a la dinámica social. La apuesta por el autocontrol fue un nuevo recurso para ofrecer el *control total* en la vida, fomentando la capacitación para una relación competente con uno mismo.

El nuevo llamado a ocuparse de sí produjo cambios en la vida pública, nuevas formas de adaptación se gestaron, las metas personales lograron transformaciones en colectivas, la individualidad se reconfiguró y cada uno se volvió protagonista de su nueva participación. El cuerpo se volvió un campo político regulado por las nuevas tendencias, facilitado por las nuevas tecnologías; las jerarquías, los rangos y mandatos se volvieron al ejercicio de consumo, la solidaridad y lo colectivo se volvió un valor incompatible. Los componentes estructurales y las necesidades de la vida y del cuerpo se articularon en promoción al consumo (Redeker 2014).

Desde ésta postura social construccionista, voltear la mirada investigativa a la noción y realización de la autoestima, implica una acción política para analizar los procesos y las fórmulas relacionales en el mundo en que ellas toman sentido, mundo en las características de la dinámica social dominante, generan incertidumbre existencial permanentemente. Esta acción política, supone problematizar las prácticas sociales en que la autoestima se construye socialmente, así como las implicaciones que ello tiene para la vida social, para abrir líneas comprensivas y posibilidades prácticas para enfrentar esa construcción de realidad. Por supuesto, esto también demanda cuestionarse acerca del papel de las instituciones, en la construcción de esa realidad, particularmente su participación en la formulación de normatividades y parámetros de regulación de la participación de los

individuos en la dinámica social promovida. Las nuevas pautas de participación social, que a veces se dicen coloquialmente con de convivencia, han dictado, en efecto, la necesidad de una nueva autoestima basada en una *intimidación* como escena principal para acceder al éxito público, que abre las condiciones de posibilidad para dirigir el consumo como acción para la mejora de uno mismo.

Después de haber lanzado nuestra intimidación como producto desde la red, la pérdida de los referentes comunitarios se volvió inminente, el protagonista de intimidación también pasaba por etapas de descubrimiento que eran necesarias para el “desarrollo personal” (Sibila, S/A). La moralidad se convirtió en cuestión incoherente para la sociedad, la pérdida de referentes comunitarios impidió la construcción de asociaciones dónde refugiarse de la amenazante realidad líquida. La lucha por el reconocimiento se convirtió en dictadura del emotividad y la búsqueda insaciable de poder de adquisición de productos representó el elemento básico para la difusión de la autoestima asociada al consumo.

En consecuencia de toda la época actual se anhelan las experiencias que nos permitan sentir una utopía moderna, la construcción real de modernidad parecen estar separados de los conceptos de desarrollo personal, mejoría y calidad. El bienestar es imaginado por la sociedad como algo atribuible a nuestras posibilidades de obtener un nuevo producto, las marcas de desigualdad, la inequidad y la imposibilidad de vivir en libertad son la realidad mas evidente en nuestra sociedad. De esta manera, el cuerpo y su imagen se han vuelto un espacio mediado por las instancias públicas de consumo, sometidas a regímenes de administración del vivir – del biopoder- para conseguir una vida exitosa, que siempre está asociada, en el mundo contemporáneo, a la posibilidad de adquirir en el mercado los bienes, recursos e insumos necesarios.

Es en este marco, que resulta importante abonar a los estudios que busquen desentrañar los rasgos que distinguen a la construcción social de esta realidad social que impera. Esto de por sí lo consideramos relevante. Pero todo esto adquiere una mayor significación, cuando vemos un mundo en que la constante competencia, la precariedad de los vínculos sociales, la ineficacia de los lazos sociales para enfrentar esa precariedad, la rampante

mercantilización de todas las dimensiones de la existencia, están generando pobreza de mundo, de mundo compartido especialmente. Y mucho tiene que ver esto, con la construcción de un imaginario en el que la autoestima opera como un engranaje para que esto siga sucediendo e intensificándose.

El trabajo que se presenta, es un esfuerzo por acercarse a la comprensión de la realidad, buscando alternativas para la generación de conocimiento social, en este caso desde la psicología social construccionista en su vertiente crítica y radical, pero también problematizando cuestiones relativas a la existencia, que la psicología tradicional ha naturalizado, despojado de su inherente naturaleza histórica y desprendido de su trascendencia como apuesta política, como es el caso de la autoestima, cuando se articula como un elemento que vinculado al mercado y la producción social de cierta individualidad, opera como engranaje del actual control social.

Capítulo 1

Un abordaje desde la psicología social crítica radical

Mercado, autoestima y configuración

Actualmente el capitalismo y sus valores liberales hegemónicos utilizan diversas estrategias para incitar la lógica consumista del mercado, esto ha derivado en severos asedios al individuo en sentido práctico y subjetivo, así nos han planteado distintas ideas para una supuesta búsqueda insaciable del bienestar individual (Bauman 2005). Estos estándares están enlazados a una eficacia productiva basada en un constructo social dominante: la autoestima y las distintas técnicas de control que se derivan de ella: la vigilancia de uno mismo, el Yo como producto, el cuerpo como mercancía, lo autoreferencial como rompimiento con el mundo, la despolitización de la existencia, por ejemplo.

Los expertos de la salud (psicólogos, médicos, terapeutas, couches,) juegan un papel fundamental en la puesta en marcha de dichas técnicas de control social. Sin embargo, desde la misma psicología, pero en su vertiente crítica y emancipatoria, es posible comprender y pensar una alternativa politizadora de la existencia y de la relación con uno mismo como apuesta ético-política como vía para enfrentar el dominio hegemónico de nuestra época.

Una de las cuestiones importantes al abordar fenómenos sociales, como es el caso de la relación mercado, autoestima y configuración de la individualidad, tiene que ver con la forma misma en que se realiza la aproximación a ellos. Dos tendencias generales dominan el territorio de los abordajes en la psicología social. Uno tiene que ver con su expresión más *psicológica* y *científica*, lo que Tovar (2001) llama la psicología social psicológica; otra está interesada más en las aproximaciones relacionales y procesuales, que la misma Tovar (2001) denomina psicología social relacional. Abordar críticamente los fenómenos sociales, entonces, implica que desde su concepción se distancia de las versiones dominantes que han cosificado y aislado asuntos sociales, para estudiarlos en su pureza. No obstante, en este trabajo se parte de asumir que todo fenómeno social es histórico, es decir, procesual, relacional además de *cargado* de apuesta política y en esos términos es preciso abordarlo.

En este capítulo presentaremos los principios básicos de la psicología social crítica y emancipadora que nos permitieron desarrollar nuestra tesis. Para ello partiremos refiriendo brevemente la condición histórica de su emergencia, en contraste con las aproximaciones *científicas*, y continuaremos con los principios conceptuales-metodológicos que guían nuestra aproximación a la problemática planteada.

Dentro del discurso psicológico *científico* sigue existiendo un dominio positivista para tratar de explicar y comprender la realidad, aun cuando esa realidad resulta mucho más compleja que la mirada simplista y fragmentada del positivismo. Esta misma perspectiva ha gestionado tantos aspectos de la vida que se ha filtrado y sedimentado en miradas que se plantean alternativas, incluso en enfoques culturales, comunitarios o políticos de la psicología, donde valores políticos y epistémicos positivistas como la funcionalidad, la eficacia, la productividad, la universalización, etc., siguen guiando sus interpretaciones e intervenciones en la realidad, al ser considerados inherentes a la producción de conocimiento válido.

Como afirmamos en esta tesis, existe un tipo de control social que se efectúa desde las mismas disciplinas científicas, particularmente las que tienen una inmersión directa en la vida de las personas -como la psicología- y que hoy se han convertido a través de sus profesionales expertos en gestores de la vida cotidiana. Sin embargo, desde la misma psicología, pero en su vertiente social, crítica y emancipatoria, es posible comprender y pensar en una alternativa politizadora de la existencia y de la relación con uno mismo como apuesta ético-política como vía para enfrentar el dominio hegemónico de la relación: mercado, autoestima y configuración de individualidad.

1.1 Crítica y práctica actual de la Psicología Social

Como se mencionó en el inicio del capítulo, son diversos los estudios que recuerdan constantemente el seguimiento, los alcances y los límites de la psicología social y, al mismo tiempo, los supuestos efectos negativos que derivan de este tipo de debates. Como señala

Gergen (2007), se organizan comúnmente en torno a tres ejes: 1) la práctica actual de la Psicología social y su relación con los debates que se produjeron en el escenario de *la crisis*¹ 2) pluralidad de la Psicología social; y, 3) la cuestión de la aplicabilidad de la psicología social como una propuesta (Gergen 1998). Posterior a la discusión y supuesta *resolución* de la crisis, se pensó que había un cierto consenso en una serie de cuestiones. Por ejemplo, una idea común fue que el método experimental (muy popular desde entonces) era disfuncional, al menos por la misma acción de modificar y fabricar contextos poco efectivos que resultaban distantes a las realidades sociales. Por esto mismo, las propuestas que surgían en esos momentos para abandonar tales investigaciones desconectadas de la realidad social, en buena parte de Europa, hallaban comúnmente un gran rechazo y por parte de la comunidad de científicos dedicados a la psicología social, como sucedió con las propuestas de Moscovici y Tajfel (en Ibañez, 1990). En este mismo sentido, la invitación hecha desde las aproximaciones históricas para pensar sobre los emergentes problemas sociales y tratar de contribuir de algún modo a su solución, convocaba igualmente a nuevos profesionales de la psicología, particularmente de la llamada social.

Frecuentemente, se reajustaba una sucesión de compromisos relacionados con la aplicabilidad y la implicación de la psicología en la reciente transformación social. Si valoramos tanto las prácticas y las teorías psicosociales de la época, como sugiere Zygmunt Bauman (1999), por su efecto en el mantenimiento de los mercados laborales y por sus consecuencias en la sociedad, los psicólogos son vistos en su inicio como colaboradores en el mantenimiento de un orden social. Visto desde una perspectiva crítica, el panorama que así se configuraba no resultaba nada alentador. Efectivamente, en este contexto, la situación de la psicología social no parece consecuente con las *conclusiones* de la crisis, sino que, más bien muestra una división con tres enfoques distintos: un enfoque empiricista, un

¹ De acuerdo con Ibañez (1990) :

Vistos bajo este prisma, la crisis, en general, significa un punto de inflexión en el desarrollo de la Psicología social a partir del cual surgían dos grandes alternativas en la comprensión de la disciplina. Por un lado, cabía seguir en la que constituía la corriente dominante y llevar a cabo una psicología social como ciencia positiva, por otro lado se abría una nueva perspectiva que se articulaba en torno a la concepción de la psicología social como crítica. (p. 13)

enfoque profesional y un enfoque transdisciplinar (Iñiguez, 2003).

1.2 El nuevo enfoque empiricista, el enfoque profesional y el enfoque transdisciplinar

Una gran parte de la psicología social académica se congregó en lo que puede denominarse como abordaje *empiricista* (Ibáñez, 1993). Entre sus características, encontramos una extensa e insaciable actividad de producción de datos, básicamente experimentales aunque no únicamente, sobre aspectos puntuales del comportamiento en contextos sociales. “Con frecuencia, se trata del estudio de un sin fin de variables operacionalizadas a partir de micromodelos, muy frecuentemente llamados *teorías*” (Ibáñez, 1993). Nigel Armistead (1974, en Ibáñez y Doménech 1998) lo expresó muy bien en su famoso libro *La reconstrucción de la psicología social* y sus palabras no han perdido valor en nuestra actualidad:

La psicología social convencional se ha ido alejando progresivamente del mundo que se supone tenía que explicar. Aunque no ignora por completo la temática del mundo real, la trata de una forma estrecha y conservadora, que abstrae a los problemas de su contexto social. Esto es particularmente cierto en el caso de las relaciones entre los valores y la temática tratada por la psicología social (...) El mundo no espera a la psicología social; las ideas de la gente cambian y están en movimiento, y la psicología social se queda atrás. (...) Si queremos comprender el mundo cambiante y en movimiento, así como sus valores, tenemos que situar a nuestra psicología social en una perspectiva histórica (...) La psicología social convencional es con frecuencia estática en un doble sentido: ignora el contexto histórico y congela en el tiempo al individuo. (pp. 127-128)

Esta nueva vertiente de la psicología nos permite definir a un conjunto de profesionales que se enfrentan a cierta demanda de intervención práctica, desde una posición disciplinar ubicada en la llamada psicología social, a veces denominada como *Psicología social aplicada*. Aquí se puede añadir también la *Psicología social comunitaria*. El distanciamiento de estas prácticas de intervención -de cualquier área- que asumían la unión teórico-metodológica respecto de la psicología social convencional, es esperanzador, pues como hemos señalado anteriormente con Tomás Ibáñez (1993):

La intervención social -práctica- no constituye una –aplicación- del saber teórico. Hoy en día se vuelven a tomar seriamente en consideración las reflexiones aristotélicas sobre la diferencia de naturaleza entre el saber teórico y el saber práctico (...). No es el mismo tipo

de racionalidad el que opera en la razón práctica y en la razón científica, aunque ambos sean igualmente racionales. Existen un conocimiento y un saber que son irreductiblemente prácticos y poseen una autonomía y una racionalidad que les son propias. (...) Por lo tanto, el (la) psicólogo(a) social orientado hacia la intervención social no está en una relación de subordinado respecto del (la) psicólogo(a) social orientado(a) hacia la producción del saber científico. Es la propia práctica del(la) primero(a), irreductible a cualquier legislación desde la teoría, la que indica qué tipo de producción teórica puede eventualmente utilizar y de qué forma. (p. 63)

Evidentemente, el papel de la Psicología social aquí no es ni mayor ni menor que el de otras disciplinas y rehúye de cualquier intento de modernización de la psicología social. La cotidianidad del trabajo y la rutina, la búsqueda de soluciones a los problemas sociales más urgentes, se alejan paulatinamente de la *producción académica estándar* y lentamente producen un saber de carácter más autónomo con un extraordinario interés (Íñiguez, 2003). Por último, tenemos el enfoque transdisciplinario, que no es exactamente la acción de conectar disciplinas y/o áreas próximas o afines, ni siquiera de enriquecer la psicología social con una estrecha colaboración con otras ciencias, a lo cual llamaríamos interdisciplinariedad. El enfoque transdisciplinar es más radical:

La interdisciplinariedad pide una mayor colaboración entre las diferentes disciplinas, sociales en este caso, pero siempre manteniendo las fronteras entre ellas. Sin embargo, la trasdisciplinariedad supone una supresión de fronteras entre las ciencias sociales, dado que son algo artificial que, además, limita y constriñe tremendamente el conocimiento sobre la realidad social. (Ovejero, 1999: 413)

Esto supuso un giro importante y ahora ya tienen lugar prácticas desde la psicología social que se mueven básicamente empujadas por esta concepción. Es otra forma de hablar de un *enfoque crítico*, al que también podríamos denominar psicología social como crítica (Íñiguez, 2003). Aquí se da un intento de asunción de las derivas que implicó la *crisis* y una búsqueda de una ubicación en un espacio general de las ciencias sociales que paulatinamente convierte en borrosas las fronteras disciplinares tradicionales: sociología, psicología, antropología, lingüística, etc. El empeño por transformar la psicología social se torna en un empeño por transformar la producción de conocimiento social al margen de las distinciones disciplinares.

1.3 Psicología Social Crítica y Radical

Como mencionamos anteriormente, la crítica dentro de la psicología social se centra en el proceso de la transformación de las estructuras sociales, por ello, implica el estudio del cambio. La psicología social como crítica indaga desde la raíz, se vuelve radical y fundamental para acercarse a los cambios y las reformulaciones que regulan los conjuntos y configuración de procesos y relaciones que conforman los fenómenos sociales. Son estas características las que privilegiamos para el abordaje planteado en este trabajo y por ello partimos de esta perspectiva para abordar la relación con uno mismo en el marco de una época en que tiene lugar la hegemonía de la noción de autoestima y su idea de individualidad en un mundo dominado por la visión mercantil de la socialidad (Aguirre y Posada, 2013).

Es en este sentido de apertura que la *crisis* de la psicología social posibilitó la emergencia de aproximaciones alternativas. Citando nuevamente a Tomás Ibáñez (1990, p. 146) “los efectos de la crisis han sido en realidad profundos y, probablemente, irreversibles”. Con esto buscamos decir que, a pesar del escepticismo al que se lleva el análisis de las prácticas concretas, algo nuevo está pasando en los últimos años, tanto en la concepción de la psicología social como en sus prácticas y en sus aspectos académicos.

La psicología social radical no es una *nueva Psicología*; se puede decir que se configura como un espacio amplio, un gran conjunto de prácticas, caracterizado por una *actitud crítica* que incluye distintos subconjuntos, entre los que pueden referirse dos muy generales: la Psicología social crítica y la Psicología social radical. Las características del conjunto han sido bien resumidas por Miguel Domènech y Tomás Ibáñez (1998):

La Psicología social radical abarca las prácticas sociales, la intersubjetividad, la construcción de los significados sociales y la continua reproducción y transformación de las estructuras sociales (Ibáñez, 1990). Esto implica el paso de una psicología de la mente a una “psicología de las relaciones sociales y morales” (Pacheco y Jiménez, 1990) y, en ese paso, es preciso también superar la visión referencial-representacionista del lenguaje propia de la psicología social como ciencia positiva. (p. 19)

Entendemos que el planteamiento de la psicología como crítica, remite a una postura, que si bien implica el hecho de juzgar también, a refiere a la idea de *crisis* como cuestionamiento.

Por otra parte, parte *radical* remite a raíz, pero también a atender los fundamentos en que los fenómenos asientan sus rasgos, así como a cambios y reformas profundas que por su condición histórica llegan a *sufrir*. Si nos atenemos a estas acepciones, aparecen aquí dos subconjuntos, *crítico* y *radical*, que a veces aparecen unidos y otras separados, pero que juntos conforman una psicología social de carácter radicalmente crítico respecto de las relaciones sociales que distinguen una época, una región, una colectividad, por ejemplo.

Dicho lo anterior, decimos que la Psicología social radical enfatiza la transformación del orden social, es una psicología implicada en los procesos de emancipación y de cambio social. La Psicología social radical puede ser crítica o no. Sólo a título de ejemplo, Ignacio Martín-Baró (citado en Pacheco y Jiménez, 1990), por su implicación en los procesos de cambio y su compromiso con los movimientos emancipatorios (o de independencia) entraría dentro de la categoría *radical*, pero por el tipo de asunciones teóricas y metodológicas que realiza, no cabría dentro de lo *crítico* tal y como define Maritza Montero (1994) por el contrario, comparte simultáneamente los intereses de la Psicología social radical y los de la crítica.²

Entonces, la psicología social radical tiene que ver con el cambio, pero no solamente en el sentido de la introducción de cambios en *la realidad* sino, como sostiene Íñiguez (2003), también en el sentido de la propia transformación de la psicología en tanto práctica social. Efectivamente, para ambos el cambio que esta aproximación desde la psicología social implica dos nociones: 1) un acercamiento a los fenómenos psicosociales que no se reduce al acercamiento al individuo, sino que atiende su participación en una configuración social específica, es decir, situar al individuo en el marco histórico de relaciones en el que su vida toma sentido, en donde el *cambio* sucede en la configuración relacional y, por ello, *afecta* múltiples dimensiones de *la realidad*, 2) La segunda tiene que ver con el cambio recíproco, en el sentido de que el cambio personal implica cambios en el entorno social, y los cambios en este, nuevos cambios en aquel y en aquello. La misma reflexión cabe para cualquier actividad humana, incluida la de producción de saber psicosocial en los mismos términos

² A diferencia de los enfoques cognitivos o constructivistas, que le conceden al individuo el protagonismo de su propia realidad, la psicología social radical y, específicamente el construccionismo, permiten que la realidad se deconstruya y se explique a través de fenómenos sociales que modifican y resignifican los supuestos tradicionales. (Alvarado, 2016)

de reciprocidad.

Un aspecto que no es posible dejar de lado, cuando se hace referencia a la *ciencia social crítica*, cuyo planteamiento también es propio de lo que aquí se ha definido como *Psicología social radical*, es una postura ante la realidad *tal y como está*. Efectivamente, Ibañez (1990) sostiene que la ciencia social -y la psicología social- crítica y radical, pretende la emancipación y el cambio del mundo en las condiciones en que hoy tiene lugar. Ello supone abandonar el empiricismo y el positivismo para abrazar valores y finalidades del carácter alternativo que alienta a la psicología social crítica y radical. En sus palabras, Ibañez:

(...) la función de una teoría crítica sería múltiple. Por un lado, podría criticar las teorías aceptadas facilitando la elección entre modelos y aproximaciones alternativos. Por otro, debería mantener un carácter decididamente antidogmático, es decir, de ataque a las ideas comúnmente aceptadas que se presentan con frecuencia como autoevidentes y que nunca son cuestionadas. Por último, romper la convicción conservadora de que la ciencia social no debe implicarse con los objetivos y metas sociales. (en Ibañez 1993: 166)

Uno de los mejores ejemplos de esta clase de psicología social es probablemente el libro de Wexler (1977/1996, en Ibañez y Doménech, 1998). Este autor establece los parámetros de una psicología social comprometida con los procesos emancipatorios. De forma general, se puede decir que la psicología social, para ser radical, debería tratar, como sostienen Ibañez y Doménech (1998) sobre los cambios en el mundo real e implicarse con las formas en que la gente puede cambiar colectivamente el orden de las cosas.

En los últimos años se han producido oposiciones radicales al positivismo y severas críticas al individualismo. Todo ello permite que se pueda hablar de una *nueva psicología social* (Ovejero, 1999). Sus principales ejes, se estructuran en torno a la intersubjetividad y el imaginario social, a las perspectivas postestructuralistas y construccionistas, a los planteamientos postmodernos, al abandono de las grandes narrativas, al análisis del discurso, el análisis conversacional y la psicología discursiva como alternativa. En síntesis, nuevamente citando a Tomás Ibañez (1993):

A un nivel muy general, esta psicología social ‘diferente’ asume un ‘giro construccionista’ (en la esfera ontológica), un ‘giro interpretativo/lingüístico’ (en el nivel de la metodología) y un ‘giro no fundamentalista’ (en el plano epistemológico, incluso aunque la más radical

de las críticas cuestionen el propio concepto de 'epistemología'. (p. 29)

Como resultado de diversas revisiones, para Tomás Ibañez (1998) es pertinente defender un enfoque transdisciplinar para la psicología social. Describe que es claro que hay posibilidades de que una psicología social de carácter crítico asuma el compromiso de la acción siendo sensibles a los nuevos imaginarios que emergen en nuestra sociedad contemporánea. Y así, estos podrían ser algunos ejes de una propuesta de desarrollo de la psicología social como crítica. En efecto, (Ibañez y Doménech, 1998) la psicología social no debe ser vista como una disciplina o subdisciplina, sino que debemos considerarla mas bien una práctica.

Decimos esto, porque a pesar de sus distintas denominaciones, en el interior encontramos siempre una perspectiva similar. La psicología social como crítica, puede ser vista como la consecuencia del continuo cuestionamiento de las prácticas de producción de conocimiento (Pacheco y Jiménez, 1990). Recoge la mayor parte de las características del *construccionismo*, así como de la sociología del conocimiento científico, tanto en lo que se refiere a las asunciones ontológicas (al asumir de un modo, el *giro construccionista*) (Ibañez 1993), como epistemológicas (al mantener posiciones no fundamentalistas), metodológicas (al asumir un giro interpretativo/lingüístico), políticas (cuando se alinea con las prácticas de emancipación y transformación social). Además, participa también del intento de permeabilización de las disciplinas científico-sociales, pudiendo ser vista como un magma informe que impregna lugares y recovecos en el ámbito genérico de las humanidades y las ciencias sociales. Manteniendo también una oposición radical a las formas de pensamiento de carácter despótico y autoritario, refiriendo -como señala Tomás Ibañez- (1990): “una severa crítica al individualismo, un compromiso con los procesos de cambio políticos y sociales, una difuminación de las fronteras de lo teórico y lo metodológico o de lo natural y lo social” (p. 37). Decimos que todas las verdades tomadas como *absolutas*, mantienen una validez momentánea en términos de que, cualquier realidad es fundamentada desde una elaboración relacional que corresponden a condicionamientos sociohistóricos específicos, esto mismo, permite que el sentido de dicha verdad adquiera una realidad *temporal*, sostenida en su dimensión social.

1.4 Pautas metodológicas a partir de la psicología social crítica

A partir de lo recuperado hasta el momento, podemos dar cuenta de las pautas metodológicas que desde la psicología social crítica, apegada a la vertiente construccionista, nos permitirán desarrollar nuestro planteamiento de tesis.

El primero de estos planteamientos, y que referimos desde el inicio del capítulo, es la mirada histórica de los fenómenos psicosociales, esto implica, como señala Ibáñez (1993), no sólo ubicar el fenómeno dentro de un contexto socio-histórico particular a modo de contextualización, sino asumir que dichos fenómenos traen consigo una memoria, es decir: se han ido constituyendo de manera progresiva, dan cuenta de sus condiciones de posibilidad y abren caminos para comprender sus potencialidades. Esta pauta metodológica, como referimos anteriormente, está vinculada directamente con el modo en que emergió la psicología social crítica radical, su necesidad de mantenerse implicada con las condiciones históricas que acontecen como postura política, para comprender la realidad de la que se participa pero asumir una actitud estratégica y de transformación de las condiciones sociales. Teniendo en cuenta este postulado realizaremos una caracterización de la época actual -la modernidad capitalista neoliberal- colocando especial atención en los valores capitalistas y neoliberales y su impacto en la configuración de la individualidad, enfatizando el papel de la individualidad en la época actual y su relación con la autoestima y el mercado.

Las interacciones sociales surgen como demanda a una realidad fundamentada en la relaciones sociales en las que tal o cual individuo está inscrito, que siempre configuran un contexto particular en el que se encuentra inmerso. Las formas relacionales nos permiten, de manera general, establecer una *realidad psicológica* en la los individuos quedan situados y que implican demandas específica de comportamiento. El construccionismo responde a un conjunto de perspectivas que no necesariamente son contrastantes con la época, más bien forman una extensa red de teorías con las que pretendemos comprender la sociedad humana (Sandoval, 2010) y abrir posibilidades emancipatorias. En este marco general, el objetivo principal es analizar y criticar el desarrollo de las proyecciones sociales actuales, es decir, llevar al construccionismo a una crítica de las teorías *legitimadoras* del individuo.

Asumiendo que las teorías, como cualquier otra elaboración discursiva, están sostenidas en construcciones sociales que producen efectos de verdad, no son verdades por sí mismas.

El construccionismo parte de una actitud cuestionadora y de duda ante lo que se presenta como dado o a lo que otros autores -como López (2013)- denomina *violencia simbólica*. En el tema central de este trabajo, lo que se aparece como verdad está relacionado con entidades como el individuo, la autoestima, la identidad, el yo, entre otras, que han de ser cuestionadas. Sin duda, operan como efectos de verdad que sólo tienen sentido en el marco de la modernidad que hoy tiene lugar. En este orden de ideas, los principios construccionistas que tienen que ver con el antirrealismo y el antiesencialismo (López y Otaíza, 2015) serán base fundamental de nuestro análisis.

Centrándonos en la dimensión relacional y en las prácticas sociales, esta tesis no pretende enmarcar la modernidad en específico ni su relación con la autoestima como única posible, siendo parte del enfoque construccionista comprendemos el proceso de interacción que construye el lenguaje de la realidad y con ello el marco de referencia, entendemos entonces la imposibilidad de dar una única definición como resultado de este trabajo. Lo que se presenta es una lectura que busca ser crítica y radical desde la psicología social. Tomamos en cuenta a la psicología, desde este enfoque, como una disciplina construida socialmente. Los autores referidos asumen su disciplina pero también la urgencia de alternativas frente el momento histórico, cultural y social, que viven, es decir, que todo hallazgo depende del momento en el que se realizó la investigación, por lo cual, ningún dato puede ser generalizado o tomado en cuenta como absoluto.

Considerando lo que se ha planteado hasta aquí, nos basamos en el principio de antiesencialismo (López y Otaíza, 2015), donde implicamos la premisa del movimiento constante y el crecimiento continuo; cuando el investigador se aproxima a su objeto de estudio, éste ya está cambiando. Con este punto reconocemos la imposibilidad de la existencia de una psicología universal. Por el contrario, el construccionismo entiende el contexto histórico del cual surge, asume su carácter histórico y así se aproxima al estudio de la realidad psicosocial.

La metodología del construccionismo establece una propuesta entre el conocimiento y la realidad, con ella nos proponemos sostener la creencia de una existencia a partir de las condiciones sociales en las que se ve involucrado un individuo. De aquí que el construccionismo se defina como una crítica social.

Por lo dicho hasta aquí, resulta necesario situar históricamente la relación entre el mercado del consumo, la autoestima y configuración de la individualidad como resultante de la modernidad, pretendiendo establecer los rasgos que distinguen la dinámica social imperante y su trascendencia para la emergencia de la autoestima como un valor propio de la visión neoliberal dominante.

Capítulo 2

El lugar del *Yo* en la modernidad actual

En nuestra época, no es difícil apreciar la velocidad con la que cambia y se actualiza nuestra sociedad; la sobredeterminación por parte de la economía –el mercado- en las demás esferas de la vida social, el exceso de información, la amplia variedad de obligaciones que nos contienen, la constante desestabilidad política, el dominio resquebrajado de las instituciones, el efecto de los cambios gubernamentales, la subordinación y amenazante disolución radical del agente humano, junto a un sin fin de variables en la situación vigente, han promovido una multiplicidad de comportamientos, una constante desestabilidad en la dimensión social en la que los individuos se configuran como tales, son características fundamentales de la época neoliberal, que resultan importantes en el desarrollo de la relación mercado, autoestima y configuración de la individualidad.

Es bien sabido, que la modernidad está compuesta de varios elementos que caracterizan su movilidad e inconstancia; vemos que todo se desplaza rápidamente para *nuestro avance*. El exceso de positividad³ y la racionalidad instrumental, el paradigma de los dispositivos⁴ sociales, el insaciable deseo de consumo, la progresiva emancipación económica de sus tradicionales ataduras políticas, éticas y culturales, por mencionar algunos, son elementos constantes que caracterizan nuestro siglo (Bauman, 2004). Los antiguos poderes políticos y morales que eran capaces de contener tal dominio se habían vuelto inválidos ante los nuevos subsistemas de nuestra vida social, volviendo irrelevante todo aspecto que no contribuyera a reproducir el nuevo orden. Curiosamente, esta *nueva sociedad* se había vuelto tan rígida que no permitía opciones dentro de la misma, es decir, cualquier intento de

De acuerdo con Bauman (2004):

³ Alude que la burocratización funciona por la reducción crítica de quien opera sobre alguna práctica; es decir, en su libro *Modernidad líquida* explica que, la sociedad demanda nuevas teorías y paradigmas para comprender y situar nuestra realidad social. Una movilidad general, sobre todo aquello que no represente un capital suficiente.

⁴ El autor refiere con éste termino a todo lo distintivo de la globalización; por ejemplo. Los aspectos del consumo, la urbanidad, los dispositivos tecnológicos que controlan la información, entre otros tantos que garantizan y caracterizan la productividad del individuo.

renovar o pensar normativamente su funcionalidad era inútil, no había posibilidad de libre elección. Este efecto sobre nuestra situación actual, surgió a causa de la disolución radical de aquellos sustentos acusados de *limitar* la libertad individual de pensar, actuar y elegir y la consolidación de la red de los dispositivos.

La construcción del nuevo orden para sustituir al antiguo no formaba parte de un plan específico, ni había sido dirigido a un blanco; el nuevo cambio de dirección estaba a favor de la disolución de aquellas *fuerzas* que mantenían el orden del sistema basados en una agenda política. Sin embargo, el desprenderse la dimensión económica de las ataduras locales (Touraine, 2000), que habían sido gestadas en la *modernidad clásica*, se crearon procesualmente las condiciones para la disolución de las fuerzas clásicas de la modernidad original y se desplegaron otras que estaban larvariamente en estas: la intensificación del valor de la individualidad, la incorporación de ella en el mundo del mercado, la expansión del control de la libertad mediante dispositivos mercantiles, la invasión de la visión empresarial en la vida social.

En este marco, el desarrollo de la tecnología y su expansión en la administración de la vida cotidiana ha generado un impacto inédito en las formulaciones sociales respecto del tiempo y el espacio. La velocidad con la que cambian nuestras circunstancias, el desplazamiento posibilitado por el avance de los medios de comunicación y transporte y el proceso de disolución de nuestro espacio de intimidad con la fuerza con la que opera internet, permiten hacernos notar que tiempo y espacio se han refigurado intensamente y esta naciente figuración se ha convertido en una dimensión crucial en la vida social, provocando la desintegración de viejas y el surgimiento de novedosas características en la socialidad.

2.1 El valor de lo moderno

Retomando los recientes movimientos y sus constantes cambios de hábitos y rutinas determinadas en nuestro siglo, podemos dar cuenta de que muchas condiciones de acción y estrategias para actuar frente a ellos se vuelven obsoletos cada vez más rápido con cada cambio de circunstancias. Partiendo de este punto, revisaremos a Zygmunt Bauman (2004),

quien dice que nuestro tiempo tiene historia, en palabras del autor “adquiere sentido sólo cuando la velocidad del movimiento a través del espacio se convierte en una cuestión de ingenio, imaginación y recursos humanos” (p 14). Tomando esta idea nos referimos a que la velocidad en la que transcurre nuestra existencia es totalmente atribuible a nuestra realidad humana; en otras palabras, la materialidad en la que vivimos está condicionada a la inventiva y a la *determinación colectiva*. Gracias a la gran maleabilidad y capacidad de propagación del llamado mundo moderno y de sus medios incesantes tanto de comunicación como de transporte, la creciente demanda de movilidad se volvió instrumento de poder y dominación todo aquello que estuviese *mas rápido*. Así entonces, el poder comenzó a constituirse con base en el ritmo, la rapidez, pero también la vida cotidiana y, en ella, la individualidad; se volvió estrategia de todo gran líder –y necesidad de todo miembro legítimo de la sociedad-, el implementar rutinas fundadas en la idea de rapidez. Para el líder organizaba, entonces, organizar la fluidez para sus subordinados se hizo prioridad, el hacerse un *amo ausente* se volvió un deseo común. Con esto surgieron quienes quisieran controlar el ámbito humano y los recursos que se producían para, así, tener mayor disponibilidad de tiempo para sí mismo, y con ello mantener a todos sus residentes ocupados sin necesidad de vigilarlos a cada momento.

Este suceso no duró para siempre, pues a medida que la demanda de trabajadores aumentaba se volvía necesario e indispensable supervisar a cada uno, entonces surgen las tareas de administración; había que construir edificios, pagar a un vigilante, atender el bienestar laboral y, en concreto, responsabilizarse del correcto funcionamiento y bienestar general del lugar, hacerse cargo del recurso humano (Cereceda, 2013). El poder se volvió territorial, presencial; se necesitaba cubrir más lugares en menor tiempo, mayor superficie con eficacia. Las condiciones sociales y el ingenio le permitieron *al hombre* moverse a la velocidad de una simple señal electrónica y, con esto, el movimiento requerido para volver mas eficiente un objeto de producción se vio reducido a un instante, y esto impacto también el acceso al consumo. Ni siquiera era necesario tener una boca para dar una orden, ya no necesitabas estar en el lugar de los hechos, no importaba dónde estuvieras; la distancia ya no era un impedimento, las diferencias entre aquí y allá se anularon, incluso para comprar.

La etapa actual, nuestra era moderna se había vuelto más rápida. Bauman (2004) explica dicho fenómeno señalando el papel que juega la idea de velocidad en todas las dimensiones de la vida y lo importante que es para la configuración de la nueva era: la capacidad para desplazarse rápidamente, de lugar, de ideas, de imagen, de gustos, de costumbres –aunque esto no fuera de igual acceso para todos- empezó a permear en toda la vida social. Con ello, se puede entender que el inicio de la nueva era de las trayectorias *a velocidad* anunciaba desde entonces, el fin de la era en que se valoraba el compromiso mutuo.

Cualquiera que fuese la relación; líderes y seguidores, jefe y empleado, médico-paciente, coaching-tutoreado, cualquiera de ellas, la principal técnica de poder se volvió el desapego, la invisibilización de las dependencias: el abandonar a tus supervisados en cualquier momento y retirarse a tiempo, la responsabilidad por las consecuencias y el deber anterior de afrontar el precio de todo error se había comenzado a evaporar desde entonces, al volver responsable a cada cual de su trayectoria y velocidad. La presencia ya no era necesaria, la pelea frente a frente ya no fue imprescindible, se centraron en mejorar fuerzas de ataque a largo alcance; misiles enviados, salidos de la nada y dirigidos por sorpresa reemplazaron las invasiones territoriales para seguir la nueva estrategia de *golpear y huir*, se anunciaba con mayor fuerza el nuevo tipo de guerra, la nueva época, la Modernidad. Conquistar ya no era el objetivo, se buscaba derrumbar los muros, liberar aquellas barreras que impedían el flujo de los nuevos poderes, el movimiento de las personas. A diferencia con el inicio de la era moderna, nuestra época se ha caracterizado por la falta de compromiso con los estatutos morales, las costumbres y la civilidad pública; lo pequeño, lo ligero significa *progreso* y mejora; en palabras de Bauman (2004) “Viajar liviano, en vez de aferrarse a cosas consideradas confiables y sólidas –por su gran peso, solidez e inflexible capacidad de resistencia-, es ahora el mayor bien y símbolo de poder.” (p.18). La liviandad, la ligereza, la capacidad de soltar, cambiar, desapegarse, invadió todos los espacios de la existencia y las fórmulas para configurarse en individualidad.

Hablando de mejora y progreso, no es difícil entender cómo se generan las ganancias con éste *nuevo sistema*, todo se encuentra en constante sustitución; nuestras posesiones no se ven libres de ninguna actualización, los núcleos familiares, la forma en la que nos

relacionamos, por ejemplo, se ven sometidos a los imperativos de esta nueva era y sus rasgos, a su velocidad, “una velocidad de circulación, de envejecimiento, el descarte y el remplazo” (Bauman, 2004: 19) operan hoy como valores. Frente a estos imperativos, aparece la necesidad de la propia estima como valor; ella es un elemento que tiene correlato con la zozobra social y económica, la imposibilidad que el arraigo nos ofrezca valor, que la pertenencia nos promueva estima social. Mientras algunos de nosotros luchamos por lograr que nuestras frágiles posesiones duren un poco más, los poderosos celebran la vulnerabilidad y lo efímero, y al parecer esto también aplica ahora a la configuración de la individualidad y la posibilidad de la auto estima.

2.2 El miedo a la caducidad

Con tantos movimientos vertiginosos e imprevistos, el predecir tendencias futuras se vuelve cada vez una práctica arriesgada (Bauman, 2005); las variables se encuentran en cambio constante y, si bien no son del todo extrañas, ninguna estimación puede advertir con seguridad su nuevo paradigma. Nuestra vida es una constante incertidumbre; las *fechas de caducidad* nos perturban, el temor a que nos tomen desprevenidos sin poder continuar con este ritmo que nos agobia; no podemos vernos libres de sofisticaciones en una era donde la vida diaria es una sucesión permanente de nuevos comienzos, mismos son imposibles de concebir.

Distintos asesores expertos en *el arte de la vivir* han señalado en sus publicaciones la constante demanda de la sociedad solicitando asesoría para aquellos *ciclos* que desean cerrar; lo anterior no sería un hecho de preocupación si se dijera que hay un equivalente en la solicitud de personas que buscan actualizarse en *las reglas* para conocer a otra persona, ya ni hablar en aquellas a quienes les preocupa tener una relación sentimental estable y/o formal (Bauman, 2005), por ejemplo.

La descripción de la vida moderna es mayormente dicha como aquella con cierres inadvertidos y comienzos obligados. La constante eliminación de residuos por parte de nuestro sistema social, nos permite ver la rapidez con la que un producto queda desechado:

nada puede *permitirse quedarse* mas de lo debido. Objetos animados e inanimados se ven asechados por éste nuevo peligro: *el terror de la caducidad*; todo porque la sociedad capitalista, nuestra vida no puede detenerse. Hay que modernizarse, desprenderse, despojarse de todo aquello que alcance su fecha de caducidad, modificar identidades, doblegar el esfuerzo y salir hacia delante o morir; correr con todas las fuerzas para mantenernos en el mismo lugar pero alejados de aquellos otros están condenados. Para Shirmacherr, esto se vincula al descubrimiento del siglo XX de la obsolescencia programada, en la que “El deseo de los gigantes industriales de decidir por sí mismos cuánto tiempo ha de funcionar algo era una operación tanto técnica como psicológica” (Shirmacherr 2015, p. 222), técnica que se propagó e invadió toda vida sometida a la modernidad, y puntualiza:

En un mundo en el que el capitalismo de la información comercializa el interior de la cabeza, ya no es el producto, sino la persona misma la que está expuesta a la <<<*obsolescencia programada*>>>. Por eso sus experiencias, certificados de trabajo y lealtades ya no sirven para nada. Por eso la <<<*satisfacción instantánea*>>> sustituye a la lealtad de por vida. Por eso la <<<*líquidez*>>>, la licuefacción de números, identidades, currículos y profesiones, es la consigna del momento (Ibid, p. 225).

En este momento cabe preguntarse acerca de la autoestima y su posibilidad en el mundo contemporáneo, en este mundo que admite la liquidez de la existencia como una condición de vida. ¿Cómo es posible generar autoestima en este contexto y dinámica social?

Bauman (2005) habla sobre la modernidad y nuestra vida actual con un concepto al que llama *destrucción creativa*, esto se refiere al modo de proceder de nuestra era, pero; en lo que hace énfasis es que a esta *nueva creación* se le atribuye la destrucción silenciosa de otras formas de vida , y con ello, directamente a quienes las practican. En palabras del autor:

La vida en la vida moderna líquida es una versión siniestra de un juego de las sillas que se juega en serio. Y el premio real que hay en un juego en esta carrera es ser rescatados (temporalmente) de la exclusión que nos relegaría a las filas de los destruidos y el rehuir que se nos catalogue como desechos. Ahora que, además, la competición se vuelve global,

esta carrera tiene que celebrarse en una pista de dimensiones planetarias. (Bauman 2005, pp.12)

Como revisamos en el apartado anterior, en este siglo, las distancias no representan un problema para nuestra comunicación instantánea (Schongut, 2012), en nuestras proximidades que circulan vemos un sin número de personas que aseguran que el espacio importa poco y la distancia no representa molestia alguna; los escuchamos frecuentemente decir que se sienten *como en casa* en muchos lugares, pero en ningún sitio en particular, nuestras posibilidades son tan estables como el comercio y las finanzas que les ayudaron a existir, que contribuyen a su existencia nómada y volátil.

Zygmunt Bauman (2005) nos narra en su libro, que la liviandad y la revocabilidad con la que nos hemos obligado a interactuar se volvieron necesarias, dadas las situaciones y personas que fluyen constantemente en la vida cotidiana, “situaciones y personas que pasan por tu vida sin siquiera tratar de conservar tus opiniones o tu visión del mundo” (p.66), simplemente sostienen inteligentemente lo que se les va presentando en su camino y con la mayor elegancia posible, dejan caer inmediatamente aquello que se les ofrece, y acaso se quedan con una *satisfacción instantánea*. Frente a todos ellos, lo que queda es estar en movimiento continuo; “la fluidez y la elegancia van unidas a la libertad (para moverse, para elegir, para dejar de ser lo que uno es y para convertirse en lo que uno no es todavía)” (p.67).

Inmersos en este *nuevo* orden nos encontramos inquietos, exaltados y desesperados por desafiar las probabilidades desfavorables; quienes deciden arriesgarse pagan con audacia e incertidumbre sus acciones, otros y en gran mayoría de los casos, han llegado a optar por abandonar la comunidad. Entre unos u otros, todos quienes se ven atrapados en tales circunstancias, reconocen el problema de identidad en el que se encuentran inmersos constantemente. Por una parte es necesario aferrarse a una única identidad (lugar o vacante) disponible, por otra, al mismo tiempo resulta necesario mantener bajo la idea de un sí mismo los pedazos de aquella figura original, modificada por el constante recubrimiento de *actualizaciones* demandada por la modernidad y su ritmo; entonces, hay que sostener una

nueva identidad, mantener algunas partes de las entidades anteriores y resistir la presión desestabilizadora de la sociedad. No es de extrañarse que cueste trabajo mirarse a sí mismo y reconocerse. Ante estas circunstancias, es dable considerar que la autoestima es como una prótesis que requiere renovarse frecuentemente, en función de las demandas de actualización que el ritmo de la vida moderna nos imprime, y que ella está vinculada estrechamente con esas demandas de actualización, que es algo que se origina desde afuera del propio individuo, tanto en su *necesidad* como en su contenido.

Inspirándose en Lao-Tse, Bauman (2005) encuentra a nuestra sociedad empobrecida y famélica en lo espiritual: “hartos de todo y presos del momento, hambrientos por mudar de piel y robustecer sus decaídas ganas de deseo” (p. 81). Sugiere entonces que actualmente, nuestra modernidad *vive para sobrevivir*, teniendo como única constante nuestra preocupación por la supervivencia, vemos la velocidad con la que transcurren las cosas como lo mas importante, la velocidad y no la duración. A esto, el autor (Bauman, 2004) escribe:

Los objetos de consumo tienen una limitada esperanza útil y, en cuanto sobrepasan ese límite, dejan de ser aptos para el consumo; como su “aptitud para el consumo” es la única característica que define su función, llegado ese momento ulterior ya no son aptos en absoluto: son inútiles. Cuando dejan de ser aptos deben ser retirados del escenario de la vida de consumo (es decir, destinados a la biodegradación, incinerados, confinados a las empresas de eliminación de residuos) para hacer sitio en él a nuevos objetos de consumo aun por usar (p.19).

Por distintos motivos, la llegada de la sociedad moderna significó la destrucción de muchos rasgos que distinguían la vida previa, la destitución de muchas formas de hacer la existencia y se asumían como valores, que ahora son considerados descartables y suponen una amenaza para nuestra *integridad como individuos*: la pertenencia social, el arraigo a grupos y costumbres, la búsqueda de estabilidad en las relaciones laborales, amorosas, filiales, por lo mismo también significo un desafío el reordenar aquellas posibilidades que nos permitieran una condición aceptable como seres humanos frente a las nuevas demandas de rendimiento y esperanza de utilidad. Ahora, el individuo busca a toda costa su

individuación, que se ha de conseguir en la dinámica social propia de la era en que se privilegia la obsolescencia programada, en la que el mercado designa los atributos de humanidad, y el ritmo de la identidad, de la propia estima, de la actualidad de la individualidad, están sometidas al ritmo del consumo, donde, de acuerdo con Jappe (En Jappe, Kurz, Orttlieb 2014, p. 36) “Al igual que las mercancías, todos los ciudadanos son medidos por el mismo rasero...”

2.3 Una nueva individualidad

La desintegración social es parte de nuestra acción colectiva, la apreciamos como “efecto colateral”, como resultado de esta nueva técnica de poder, hemos visto cómo se van desmantelando nuestras redes, su característica fluidez imparable es la fuente principal del poder de la modernidad; y con ello, la fragilidad y precariedad de nuestros vínculos humanos se modifican y se desplazan, es ésta idea de *movilidad* es todo aquello que se asocia con levedad, movilidad e inconstancia (Bauman, 2003)

Partiendo de nuestra característica época, es posible ejemplificada con un sin fin de elementos y vertientes, Paula Sibila (S/A) parte de esta trayectoria y reformula la característica de la modernidad como un brote de megalomanía y excentricidad, esta autora hace un énfasis en la exhibición de la intimidad que despunta nuestro característico siglo XXI, buscando un sentido al cómo nos vemos involucrados cada uno de nosotros como sociedad; públicamente nos interrogamos *quién soy yo* y esto, de acuerdo a su teoría, forma parte de la atmósfera de lo contemporáneo (Gergen, 1992). Tal actitud sobre la exhibición de la intimidad deja muy en claro que los atributos como la modestia y la humildad quedan radicalmente ausentes en esta era, especialmente siendo parte de un conjunto masivo donde contribuimos inevitablemente a la red de información digital en la que nos encontramos inmersos; es decir, estamos modificando la manera en la que se percibe el mundo, y al mismo tiempo transformamos las artes, la política, la comercialización y el consumo. Entendiendo que cada uno transforma y fomenta, de alguna manera, la era de la información, debemos asumir que “somos *nosotros* y no *ellos*” (Sibila S/A) quienes se

ocupan de reformular las redes y los medios de comunicación para dar forma a la nueva democracia digital producida por cada uno de los usuarios: los editores.

En virtud del constante desarrollo y crecimiento de los medios globales, vemos cómo nosotros “estamos transformando la era de la información” (Sibila, S/A) y, en función de la trayectoria de nuestra era moderna, entendemos porqué permanece la búsqueda de sentido a nuestros problemas cotidianos a través de la explosión de originalidad que damos a conocer, entre imágenes y comentarios expresamos a nuestra manera la constante necesidad de enaltecimiento por nuestras vidas ordinarias, buscamos hacer notar nuestra personalidad con un toque *especial*; en palabras de la autora Sibila (S/A) “una incitación permanente a la creatividad personal, la excentricidad y la búsqueda de diferencias, no cesa de producir copias descartables de lo mismo” (p. 26). Si lo contemplamos, por una parte podría parecer que nos encontramos frente a una explosión de ideas para implementar la innovación. Dentro y fuera de internet se habla de una era enriquecida por las potencialidades infinitas de las redes digitales, hasta aquí no hay ninguna novedad. Sin embargo, Sibila (S/A), por otro lado, nos explica cómo esta capacidad de creación se ha convertido en el combustible esencial del capitalismo contemporáneo. Así, es posible detectar el entramado relacional que se configura entre los imperativos del mundo liberal/capitalista, la necesidad de estima (autoestima muchas veces), y la configuración de la individualidad. La circulación de mercancías, en las que las personas quedan incorporadas, la urgencia de renovación, los imperativos del ritmo en los desplazamientos respecto de lugares, pertenencia, identidades, hoy configuran una dinámica en la que la autoestima es un engranaje en el funcionamiento de la dinámica de mercado global (Butler, 2009). Sin embargo esto va sucediendo amparado en aura de libertades, de libre elección, de consolidación y exposición necesaria a los ojos de los demás, así sea mediante la virtualidad de la vida en la red.

Hace poco menos de treinta años, y contemplando los recursos de aquel entonces, nadie habría imaginado la nueva ola de posibilidades para la invención que tenemos ahora; primero el correo electrónico que evolucionó a canales de conversación, estos dieron paso a los sistemas de mensajes instantáneos, modificando la pantalla a una ventana siempre abierta con decenas de personas conectadas al mismo tiempo. Nadie quedó a salvo de éstos

medios de comunicación que ya cuentan con mas de cien millones de usuarios en todo el mundo (Chul-Han, 2010), inevitablemente nuestra forma de comunicarnos también ha cambiado; con tal invasión de novedades, nos convertimos sin querer en *la personalidad del momento*. La dinámica social hegemónica encuentra un anclaje sin igual en la convencida participación de todos y cada uno, en la asunción *subjetiva* al mundo y sus imperativos, como si procediera todo de nuestra voluntad, de nuestro querer hacer.

2.3.1 La subjetividad encarnada

La nueva tendencia nos ha contagiado inevitablemente, nuestros medios se han inundado del nuevo mandato: “*Hágalo usted mismo, muéstrese como sea*” (Sibila, S/A), las novedades son incontables y todas las modas se instauran, cambian y desaparecen; bajo estas nuevas rutinas de expresión y comunicación suceden intercambios diarios de información que repercuten inevitablemente en nosotros, los diálogos y la atención tienen ahora una nueva configuración virtual de interacción, un nuevo *régimen de poder*. En esta transición histórica de un mundo a otro, Michel Foucault (1976) habló de la *sociedad disciplinaria* como aquella en donde un nuevo contexto con ciertas características se intensifica y expande; es entonces en este momento donde el movimiento estructural modifica los cuerpos hacia la docilidad con base en la imposición de ciertos saberes ligados a poderes particulares. El mundo de la obediencia se establecía como norma. Hoy, sin embargo, la obediencia es a la propia explotación y se nos presenta como ejercicio de la libertad (Chul-Han, 2010) frente a los imperativos del mundo del mercado expandido.

No hay duda de que toda transformación dentro de nuestro contexto social afecta directamente nuestra configuración individual, estas fuerzas históricas reflejan su poder en la configuración de nuestros cuerpos y subjetividades. Todo espacio sociocultural, vertiente política y económica ejerce una presión sobre los sujetos en diversos espacios y tiempos (Maier, 2008), estimulando o inhibiendo ciertas modalidades de acción, que incitan algunos desarrollos corporales y subjetivos, que a su vez intensifican o bloquean el surgimiento de nuevas formas que nos constituyen; al mismo tiempo cambiamos nuestra forma de ser y estar en el mundo al ritmo de los imperativos *externos*.

Inevitablemente nuestra subjetividad no es algo totalmente inmaterial, el hecho que se refieran a ella como algo que se encuentra *dentro* de uno mismo no significa que no sea visible; la subjetividad es nutrida por una cultura que delimita el horizonte de posibilidades de interacción y esta misma *encarna* en un cuerpo. Cuando ocurren nuevos sucesos en estas expresiones de cultura, nuestras experiencias también se modifican con ella.

Dentro de esta perspectiva, decimos que cada persona es *única e irreplicable* no por su apariencia exactamente, si no por su trayectoria como individuo singular; sin embargo, las formas individuales de subjetivación también forman parte de una formulación de subjetividad con una dimensión *universal* (Steinem, 1995) esta categoría engloba la expresión de la subjetividad mediante la acción corporal en diferentes ámbitos; por ejemplo, el lenguaje. Éste, de acuerdo con nuestra autora, opera como resultante a las nuevas demandas de una “presión o fuerza histórica de las cuales intervienen vectores políticos económicos y sociales que impulsan el surgimiento de ciertas formas de ser y estar en el mundo” (Sibila, p. 21).

En un esfuerzo por comprender estos fenómenos de la Modernidad, Bauman aludió a nuestra era como de la cultura *liquida*, como referencia a lo inestable y en constante movimiento; en éste caso Paula Sibila (S/A) construye una mirada orientada a las múltiples identidades construidas por el individuo en respuesta a las demandas de la Modernidad; para entender cómo organiza su experiencia singular resulta de gran importancia situar en que se comunica. Esta autora, ve al lenguaje como todo aquello que le permite a un sujeto organizar sus experiencias y dar un sentido a su mundo, desde aquí el individuo asume una naturaleza y se convierte en el principal narrador de su historia.

La modernidad también ha modificado la forma en la que construimos relatos biográficos; los dispositivos nos han permitido captar la realidad con tan solo una imagen, todo aquello que se transmitía de forma verbal o escrita, fue sustituido rápidamente por las potencialidades de la cámara. Virginia Woolf (1996) hace una referencia en *El diario íntimo y el relato* al decir que su vida existe como tal, únicamente cuando asume su

naturaleza narrativa, “lo mejor de todo mi espacio personal es que tengo la libertad de anotar lo que pienso y siento; si no, me asfixiaría” (p. 28). Algo semejante sucede en nuestro siglo con las fotografías, sólo que, a diferencia de Woolf, la fotografía exhibe la intimidad de una configuración personal y cotidiana de nuestra vida (Sibila, S/A). En este punto, como había mencionado anteriormente Bauman (1999), la intensa realidad incita a consumir los relatos de este tipo, debido a que te permite efectuar una comparación entre lo que ocurría tiempo atrás y en una realidad ajena; casi como una historia de ficción.

A medida que los límites de lo que se puede decir y mostrar se van ensanchando, la intimidad se mueve bajo un constante deseo de visibilidad. En forma de definición, es claro que habría que reajustar el significado de *público* y *privado*. Acompañado esto a un declive de la cultura letrada, así como los avances en la significación de la imagen, de modo evidente el cuerpo se vuelve objeto de consumo; el brote de figuras humanas en imágenes publicitarias advierte el derrumbe de los lectores por una nueva era virtual en la que el cuerpo se vuelve protagonista.

Lo dicho hasta ahora, permite esbozar con cierta claridad la importancia del planteamiento central de este trabajo, que aún queda por profundizar en el siguiente capítulo. La dinámica social que distingue la era que se vive, presenta rasgos inéditos que han impactado toda dimensión de la existencia *humana*. El aparentemente imparable desarrollo científico-técnico, que ha adquirido realidad en la trascendencia de diferentes artefactos para hacer la vida diaria, hoy impacta cada resquicio de existencia, encontrando su expresión más evidente en el desarrollo de los medios de comunicación y transporte. Ese impacto se puede ubicar en el ritmo de la vida, en la producción de mercancías, en las pautas de consumo, en la dinámica diaria de traslado cotidiano, en la necesidad de renovación continua de los atributos personales, en la liviandad y condición efímera de las relaciones sociales. En este marco de relaciones, la cuestión de la configuración de la individualidad queda sometida a los imperativos del orden dominante, la urgencia de generar continuamente anclas de estima, de auto estima, requieren aferrarse a los imperativos del mundo imperante con sus criterios de mercado para saberse actual, novedoso, con posibilidad de seguir adelante. Así,

es preciso ahondar en esta relación y sus implicaciones para el vivir humano, para considerar la posibilidad de emanciparse de esos imperativos del mercado.

Capítulo 3: Autoestima, psicología y lógica de mercado.

Lo dicho que en el capítulo anterior, en el que se muestra a grandes rasgos la relación entre mercado, autoestima y configuración de la individualidad en el mundo contemporáneo, permite dirigir la atención a fenómenos en que se articulan, a modo de síntesis, diferentes componentes que caracterizan a la actual dinámica social y posibilitan adentrarse en el proceso en que la relación que guía este trabajo, para advertirla como propia de la época y reflexionar respecto de la autoestima como engranaje importante en esa dinámica hegemónica mundialmente y advertir algunas de sus implicaciones.

El cierre del capítulo previo busca resumir un conjunto ingredientes propios de la forma en que opera la dinámica social dominante, en la que adquiere sentido voltear la mirada hacia la autoestima y su vínculo con el mercado, a través del tipo de individualidad que este último demanda y propicia: la demanda de desapego, de velocidad al desplazarse por la vida, de mantenerse actualizado, la incertidumbre constante en el salir adelante en la vida, la liquidez de las relaciones sociales, el valor dado a la individualidad que se ha convertido en un asecho práctico, permiten voltear la mirada hacia el consumo, como un lugar en el que se pueden empezar a desentrañar los vínculos entre mercado, autoestima y configuración de la intimidad.

Para la lógica del consumo, la actividad de compra es todo un *arte* propio del vivir. La compulsión de elegir –en especial aquello que nos es propio–, que adquiere realización plena en *ir de compras*, significa examinar un producto y el conjunto de posibilidades –incluso existenciales– que *me* ofrece para el vivir correctamente: tocar, evaluar los beneficios en relación a otros y relacionarlos con el total del contenido de lo que consideramos es nuestra vida, y por supuesto con el de nuestra billetera y/o tarjeta de crédito, finalmente elegir, tomar uno o tantos de distintas marcas y proveedores, supone un ejercicio de adquisición y por tanto, consumo, pero de realización práctica de la libertad, del gusto personal, de cierto nivel de autonomía, es decir, es una expresión de que nos realizamos como personas.

El ir de compras no termina en la obtención de un producto una vez que se sale de la plaza o centro comercial, zapatos, ropa o alimentos; la constante e interminable búsqueda de nuevos y mejores objetos, de diferentes variedades, de distintos diseños, envolturas o presentaciones, todo esto supone una carrera interminable, una línea cuya meta siempre se desplaza, más rápido que el consumidor, una promesa falsa de *vida libre de problemas*, disfrazada de un objetivo movido por el deseo. Ningún premio se vuelve suficiente en tanto se convierte en efímero – en una satisfacción instantánea (Shirmacherr, 2015), a los pocos momentos llega otro que supone uno mejor, más tentador, mas prometedor.

En un mundo cuyos objetivos son mucho mas amplios que los medios disponibles, las decisiones sobre qué nos satisface se vuelven mucho mas difusas: los alimentos mas orgánicos, las dietas mas saludables, el último dispositivo móvil, el amplificador más potente, la pantalla mas nítida y las píldoras mas eficaces contra la migraña, son lugares que ha de visitar el *egobody* (Redeker, 2014). La lista de compras no tiene fin; sin embargo, dentro de esta lista no existe la opción de no ir de compras, para quien es participante legítimo de la dinámica social. La competencia político-económica y social incluso, necesita de nuestra elección consumista, de nuestra libertad de adquisición, del comprador infatigable.

Al consumismo de hoy no le preocupa en absoluto satisfacer nuestras necesidades, mucho menos aquellas más *sublimes* como la identidad o la conformación de un individuo autónomo de la dinámica imperante; para el sistema no son más que necesidades *imaginarias* y *artificiales*, pero de necesaria atención. El deseo existe para ser condenado como insaciable. Con necesidades efímeras y motivos volátiles, los consumidores insaciables no pueden dejar de fabricarse y cualquier regulador de deseo debe ser controlado. Retomando las configuraciones mencionadas anteriormente (Mier, 1995), las posesiones se convirtieron en la forma de expresión del individuo, la sociedad moderna capitalista creó un marco psicológico de consumo para comprometer su expansión de producción, con ello surgió una *economía psíquica* impulsada por el anhelo como fuerza primaria.

Diversos economistas han discutido la importancia de la *necesidad* como base continua para el consumo, esta necesidad tiene la habilidad de ser fluida y moldeable, como dijimos anteriormente (Bauman, 2004). En una sociedad moderna como le hemos venido caracterizando, el *principio del placer* se vuelve fluido e inconstante; en una búsqueda permanente por la autenticidad de un *yo interior*, el deseo se vuelve base para la adicción a la adquisición, a la compra. Se necesitan mayores demandas para crear ofertas, mayores anhelos para más productos, más insatisfacción para mantener latente el vacío y llenarlo con objetos de característica versátil. Citando a Ferguson (1992, citado en Bauman, 2005):

... En tanto la facilitación del deseo se basaba en la comparación, la vanidad, la envidia y la “necesidad” de autoaprobación, no hay fundamento detrás de la inmediatez del anhelo. La compra es casual, inesperada y espontánea. Tiene una cualidad de sueño, expresa y satisface el anhelo que, como todos los anhelos es insincero y pueril (p.82)

En términos generales, una cuestión que aquí se ha tratado de resaltar es cómo, en la dinámica social que se ha planetarizado, existe un proceso homogeneizante respecto no sólo en su expansión sino en el lugar que ocupan los individuos en su realización efectiva. Este efecto, vuelve global el modo en que se sucede la participación de todos y cada uno, sino que también esa participación se expresa en tipos de subjetivación generalizados y en formas propagadas de encarnación de esos tipos., que es posible considerar adquieren integración en *el consumidor*.

3.1 La nueva configuración del consumidor

Hemos dicho que la nueva conformación social toma en cuenta a cada individuo como un cuerpo más, un consumidor potencial cuyo lugar está organizado en torno al consumo impulsado por la seducción, la producción de deseos y constantes anhelos, en la efectuación de la *satisfacción instantánea*. Ser un miembro más de la sociedad de consumidores fomenta la comparación universal, la generalización de las masas y la reducción progresiva de la individualidad, paradójicamente descansando en el impulso a la propia individualidad como un valor, un bien social.

La nueva configuración permitió entonces eliminar diferencias entre presente y futuro, la idea de hoy y mañana ya no representan un lujo: se desean las cosas de inmediato y se obtienen con cierta facilidad, aunque sea en su versión sucedánea. No es necesario el cuestionamiento acerca de la importancia por indagar sobre la legitimidad de nuestros deseos. Si bien no hay referencias definidas -y menos definitivas- para medir la “conformidad”, las falsas necesidades implantadas derivan en formas disposicionales ancladas en la idea de *estar siempre listo* para aprovechar cualquier oportunidad para desarrollar nuevos deseos y nuevas vías de acceso a la efímera satisfacción: *estar más enterado* que el resto para absorber las nuevas atracciones y sentir temporalmente que se es el primero en obtener lo mas nuevo, o por lo menos en identificarlo.

Cualquier establecimiento que surge de el mundo de la producción de mercancías en la sociedad de consumo –donde todo es susceptible de volverse mercancía-, marca las pautas que los miembros han de secundar para ser integrados legítimamente en la dinámica social imperante. Por ejemplo, la idea constante -y muy populararizada- referente al tema de salud, es lograr mantener el cuerpo *en forma*; el ideal de mantener siempre listo el cuerpo, adaptarlo para su uso constante, mantenerlo flexible y maleable, hace que se vuelva un espacio de realización de los individuos siempre inacabado pero, además subordinado a los artefactos, las técnicas, las asesorías, aparentemente también inacabables, que el mercado ofrece para su realización. Mantener un cuerpo en forma, da por hecho que hay que mantenerlo en un estado de equilibrio satisfactorio, adecuado a las demandas del mundo imperante, en un ilimitado potencial de uso anticipado para continuar con esta tendencia sostenida en la aspiración a un futuro *mejor*.

Por otra parte, encontramos el término *salud*, cuya definición busca la normatividad de la sociedad mediante la generalización de un estado corporal *correcto*, incluso la salud corporal, la vida puramente biológica, en el mundo dominante, emerge con una aura de neutralidad ideológica, cultural y política, que no tiene (Agamben, 2017). Es aquel al que toda persona aspira, porque dadas las condiciones de salud se espera que el cuerpo sea capaz de cumplir con todas las exigencias físicas y psicológicas que la sociedad impone y asigna. Estar saludable se ha vuelto esencial, es el trabajo físico y mental que nos permite

volvernos rentables, que da pauta para cumplir con las exigencias exteriores y desempeñarnos con la suficiente constancia y eficacia que nos permita sentir no ser una carga. El término salud pasó de ser una sensación corporal, a definir la capacidad de un cuerpo para *apegarse a la norma* y así alcanzar nuevamente, un estándar previamente establecido, a formar parte fundamental de la configuración de individualidad. Pero, en este mundo, la salud se compra, acaso la individualidad también.

Así, es posible decir que estar en forma es un concepto mucho más propio de la subjetividad social, es decir, de la subjetividad que permea a las sociedades contemporáneas, que material, porque implica una *experiencia* personal mediada por los imperativos del mundo en el que se participa. La satisfacción del mismo cuerpo y la oportunidad de disfrutar con él, acaso remitan al *principio de placer*; el cuerpo se satisface utilizándolo, *experimentando* individualmente las experiencias placenteras disponibles en el mundo, de nuevo, ofrecidas en el mercado: viviendo los placeres a disposición.

Cada uno desconoce qué sensaciones considera desagradables hasta que no las experimenta, la misma relación con lo que se *experimenta* tendría estar organizada por la idea de estar en buena forma. En las condiciones en que la dinámica imperante dispone el ritmo de la vida, podemos decir, no sería posible mantener una condición satisfactoria duradera, porque inmediatamente buscaríamos una nueva actualización del *placer* en acto. Como explicamos anteriormente, (Lagarde 2000 y Sibila, S/A) no habría tiempo de descanso, no habría tiempo para una celebración al éxito perdurable, tan solo un breve descanso antes de prepararnos y continuar produciendo y mejorando aquellas habilidades, competencias, comportamientos, relaciones, que nos orienten infinitamente al éxito.

Todo lo que antes era considerado normal o satisfactorio, hoy demanda una cura inmediata, cualquier estado del cuerpo es catalogado para una intervención médica, es necesario ir a terapia y saber que hay de nuevo, actualizarse, intervenir o hacerse intervenir para mantenerse activo, productivo, experimentando, rindiendo, en el trabajo, en el gimnasio, en la sexualidad, en la emocionalidad. La enfermedad dejó de ser un estado transitorio, nos colocamos en un estado de vigilancia permanente que nos ha instaurado la enfermedad

como un modo de vida, una amenaza siempre presente en el cuerpo y cuyo acontecimiento nos obliga a vigilarla, evaluar por siempre el significado de una vida saludable y buscar sin descanso la dieta, el ejercicio, la efectividad de la aspirina, del vive 100, de yoga; y las probabilidades de fracaso si no se atienden tales problemas, presentados como una oportunidad de beneficio. Resulta imprescindible para acceder a la salud, vivir como enfermos. Nuestros males ahora son buenos, cada patología implica riesgo, la intervención y mejora un requisito, una oportunidad de experimentar en carne propia nuevas curas, nuevas propuestas de funcionar; todo por no y para adaptarnos oportunamente a la naturaleza incesante de nuestra era moderna, (Redeker (2014) nos recuerda el planteamiento de Jean Marie Brohm, quien establece que:

Existe una imagen estándar del cuerpo, un ideal –tipo: el “*body*”, cuerpo liso, abstracto, casi descarnado, carne sin alma ni espíritu. El *body* es por supuesto el cuerpo que ha devorado al alma y al yo, hasta proclamarse “yo”. De ahí un inevitable egoísmo corporal, puesto que el cuerpo se volvió el ego. Este egoísmo triunfa en el consumo, único horizonte del hombre moderno: *homo consumericus*. No tiene alma, *homo consumericus* no tiene ego, su alma y su ego son un cuerpo, el suyo, que sólo puede existir en el universo del consumo. (2001 citado en Redeker 2014, p. 14)

Estos cambios asignados a la fuerza, toda mejora que aumenta nuestra actividad como consumidores, fue fabricada por el modelo de la nueva configuración del neoliberalismo. Los nuevos conceptos, los diagnósticos, ya no toman en cuenta al individuo más allá de la estimación más rápida, el cálculo más factible, que permita optimizar el cuerpo, la *mente*, los afectos, la disposición comportamental, ponerlos en forma para el trabajo, la sexualidad, los sentimientos, en fin, el consumo para la vida: adaptarlos a buscar las mejoras que disminuyan el dolor y los síntomas de una sociedad *enferma* por el consumo.

3.2 Compra, como valor de cura

Los miedos que acosan al *dueño* del cuerpo no cesan, la forma que impulsa al autocuidado exige una vigilancia permanente (Butler, 2009), una acción que nos deja sin tiempo para la tranquilidad, una actitud que nos hace pensar que vamos en el camino del bien, del

renunciar, al paso de la austeridad y al borde de una actitud de sintonía con la verdad absoluta; nada más alejado de la verdad. Las razones que se nos han impuesto para curarnos, estar en forma, no son más que técnicas de consumo ideadas por las nuevas atribuciones a los valores de la posmodernidad. La compulsión de comprar es la nueva adicción, el síntoma de una lucha interminable a causa de la angustiada lucha por el sentimiento de inseguridad, la incertidumbre encarnada por un intento de readaptarnos a nuestra sociedad, la urgencia interminable por salir adelante.

Marshall (1989, citado en Bauman 2005) señala que cuando observamos un grupo de gente correr al mismo tiempo en la misma dirección, es necesario cuestionar al menos dos cosas: *detrás de qué corre y a qué le huye*. Los consumidores van corriendo detrás de sensaciones (visuales, gustativas, olfatorias o táctiles) placenteras, exhibidas en los aparadores de las tiendas departamentales; o tras las sensaciones prometidas por un experto para escapar de nuestra angustiada inseguridad, lograr sentirnos seguros en aquellos objetos que nos vendieron con un juramento de certeza.

La compra se impuso como ritual, destinado a combatir la creciente incertidumbre que invade nuestras mentes por las noches, y como buen ritual, tiene que repetirse a diario para que funcione; por eso vemos estampados fechas de caducidad en todos los productos, incluidos aquellos que nos colman de habilidades, competencias, disposiciones, esto es “lo que permite que el juego siga –a pesar de su evidente inconclusión y de su falta de perspectivas de un final-”, (Bauman 2005, p. 88). Así, los rituales de compra, emergen como la cura impuesta por la nueva era. Mientras todo se realice por uno mismo y se busque la satisfacción personal en los productos de las cadenas de autoservicio, solo seremos libres en la realización del comprar. En un mundo que todo lo vuelve mercancía, en que todo se realiza a través del mercado, en que con ello quedamos despojados de todo que se apropia el mercado, la permanente búsqueda de identidad es el motor que permite solidificar las bases que dan forma a la fluidez de nuestra época: siempre con la necesidad de buscar una cosa más, y otra, y otra, algo que nos haga sentir una breve seguridad tangible en medio de la desesperada movilidad de la modernidad. En este proceso, la

identidad consume paso a paso su actualidad, requiere consumir grandes cantidades de autoestima, que resulta ser el combustible alienta la precaria seguridad para seguir adelante.

Ahora que conocemos la cura en medio de nuestra dependencia de comprar, buscamos continuamente el valor de identidad, el ser diferente e individual especialmente, en lo que adquirimos y que se nos incorpora como atributo personal, Es decir, andamos vacíos de atributos y nos vamos colmando y vaciando de ellos en el espacio del mercado (Jappe, Kurz, Ortlieb 2009). En esta sociedad de consumo, se nos ha impuesto la diferencia cómo único acto de identidad: “un comercial de TV muestra una multitud de mujeres con una variedad de estilos de peinados y colores de cabellos, mientras se dice: -Todas únicas, todas individuales, todas eligen X-”, (Bauman 2005: 90). Se nos ha impuesto que la única forma de tener un principio de identidad es comprándola y, la única manera de obtener independencia, es rendirse al poder adquisitivo.

El auténtico carácter de un consumidor radica en la libertad de elección, acaso la única *libertad* accesible ahora; la disponibilidad de elecciones para que pueda identificarse en una gama infinita de productos comercializados. La dependencia de compra no se limita únicamente al acto de pagar por algo sino, más bien, en la acción de deseo satisfecho –así sea efímeramente- por parte del consumidor de volverse una imagen de las existentes como oferta, una figura estandarizada de la realidad pero con accesorios *únicos*, una forma que desea vivir para tener la vida que dicen los medios de comunicación que se ha de llevar.

Cualquier imagen transmitida en TV, en la red, enmarca a gran escala una *vida real*, es usada con éste propósito; el individuo desea ser una ilustración metafórica de una realidad que no conoce, en un mundo que eliminó su identidad antes de siquiera tenerla. Al parecer, el nuevo individuo se cura de su realidad creando imágenes electrónicas de si mismo que rebosan de falsedad, imágenes que responden a las acciones de un publico invisible y de una sociedad anónima. Nuestras acciones se suceden como una cosa transmitida, un objeto en busca de sí, destinado a no encontrarse pero siempre buscarse, porque cualquier sentido dado en la modernidad tiene como objetivo perderse en un continuo protagonismo efímero. En buena medida, como hemos ilustrado este proceso social mediante el lugar del cuerpo

en el marco relacional imperante, que siempre se busca que esté en forma y esa forma nunca se consigue definitivamente. Bauman, (2005) añade en su libro una breve idea referente a la nueva configuración de individualidad: “La sociedad moderna, así como sus miembros y su definición han perdido su solidez” (p. 96). Podríamos decir, que en este mundo, la vida se nos escurre como el agua entre los dedos, acaso imparablemente.

En la actualidad, no es una idea extraña considerar la Modernidad como la época en que ha perdido su solidez la realización humana, así como su continuidad, su definición y su propósito universal; refiriendo a las cosas como trampas simbólicas de la identidad que aminora nuestros esfuerzos de búsqueda de nuestros afines, un ejemplo de estas definiciones lo propone Jeremy Seabrook (1988, citado en Bauman, 2005: 88) quién escribe:

En realidad el capitalismo no ha entregado los productos a la gente, sino mas bien ha entregado la gente a los productos; es decir que el carácter y la sensibilidad de las personas han sido retrabajados y remodelados de tal manera que acomodarlos aproximadamente [...] a los productos, experiencias y sensaciones [...] cuya venta es lo único que da forma y significado a nuestras vidas.

Si bien, hay muchas concepciones de lo que significa para nuestra época el consumo, es innegable decir que son la base de nuestra construcción cotidiana del vivir y, ahí, de la precaria identidad. La posibilidad de ser auténtico cada vez resulta mas cuestionable. El yo supuestamente auténtico está encubierto por los *espectáculos de sinceridad*: con esto nos referimos a lo que Sibila (S/A) describe como rituales públicos; entrevistas y confesiones dónde se crea un show para enmarcar los ejemplos de las realidades alternas, cómo una vía de escape al *yo interior* para que el espectador, de alguna forma, se vea identificado y adopte así la sociedad publica del consumo y se incorpore al imaginario de que efectivamente se construyen *identidades absolutamente personales*.

Un vez disueltos los límites entre lo íntimo y lo público, fue sólo cuestión de tiempo para que la identidad tomara ahora una apariencia completamente nueva; la ironía se volvió sensación y *el glamour* constituyó por completo la apariencia *auténtica*; de esta forma, la

cultura contemporánea tomó su característica personalidad asociativa, un constante *aflojamiento* entre lo interno como identidad y lo exterior cómo relación social (Bauman, 2004 y 2005), sometido todo ello a la permanente licuefacción cotidiana del existir.

Sin embargo, ésta nueva era contemporánea no describe por completo los impactos de los *espectáculos de sinceridad* (Sibila, S/A) sobre la construcción de identidad –lugar donde algo así como una individualidad se manifiesta- en la sociedad de consumo, donde siempre se elige una nueva versión de sí; aún cuando el volumen de experiencias parece ser infinito, la incertidumbre está presente junto con la libre elección, eso, nos deja a conciencia la responsabilidad del equilibrio entre el gozo y la desdicha, en la era de la vida precaria, en la que cada día se tienen que ensamblar los pedazos de existencia que deja la dinámica cotidiana (Bauman, 2004), pero que queda aún dependiente en buena medida de nuestra posibilidad de acceso al consumo.

3.3 La nueva sociedad fragmentada

Una vez marcado el nuevo estilo de vida inherente a la dinámica social prevaleciente, apareció con cierta claridad, e irremediablemente, la división entre clases de consumidores. El libre albedrío permitió al comprador tratar cualquier decisión como una simple opción para realizar *su* poder adquisitivo, como *la* oportunidad renovada de elegir entre una infinita gama de productos, generando la ilusión de tener el potencial suficiente para optar por los placeres propios del vivir, usar y desechar al antojo. Quienes contaban con posiciones sociales de mayor beneficio, se encontraban protegidos contra el envejecimiento y la obsolescencia de sus insolubles deseos y efímera satisfacción, pero la mayor parte de la población mundial no cuenta con esa protección.

La capacidad de acceso a distintos recursos implica tener capacidad para soportar las consecuencias de aquellas *malas decisiones* que pudiesen haberse tomado, y esto contribuyó en gran medida a convertir la forma de elecciones personales en un territorio de mercadeo: habría que aprender a elegir.

Los aspectos de uso y deshecho traspasaron a las relaciones puramente individuales. Para quienes precedían de una condición de mayor acceso a recursos materiales, atender sus deseos más urgentes y garantizar su felicidad tan pronto como lo desearan, las veces que fuera necesario, aparece como continuamente realizable. El pleno ejercicio de libertad de consumo y autonomía de elección, volvió indiscutible una consecuencia “involuntaria” para las relaciones humanas: cortar ciertos vínculos, cancelar obligaciones, ceder derechos, evitar todo lo que no fuese para la satisfacción propia con la justificación de *ejercer su libertad*. La refiguración continua de la identidad se volvió un efecto inherente a la libertad de elegir las formas de *satisfacción instantánea*; los acuerdos de divorcio, la inseguridad típica de las parejas fugaces, la complicación creciente para mantener una familia unida, la incertidumbre laboral, ilustran en parte la trascendencia del nuevo derecho –asociado a la libre elección perpetua- que ofrece la modernidad: el *reducir pérdidas* y evitar así la insoportable necesidad de sufrir un arrepentimiento eterno por cada pecado o error cometidos. Sin duda la disolución de acuerdos y las nuevas formas de relación por *contrato de unión* provocó gran desdicha y sufrimiento, todo lo que no fuera *satisfacción mutua* estaba condenado a fracasar. Como explicamos anteriormente (Bauman, 2005), el aumento de tristeza y la falta de amor en las relaciones humanas aumenta a ritmos alarmantes, las nuevas vidas sin amor no tienen perspectivas, la falta de flexibilidad y la eterna movilidad se resignificaron; pasaron de ser vías de emancipación y se volvieron instrumentos *de redistribución de libertades*. Pero esas libertades, quedaron fuertemente determinadas por el poder adquisitivo, la posibilidad de acceder al mercado de las soluciones, de la reducción de daños, de pérdidas, al control de los efectos colaterales.

Con el exceso de oportunidades los valores se volvieron ambivalentes, las amenazas de desintegración, fragmentación y desarticulación, se hicieron parte de los efectos colaterales; generaron reacciones incompatibles entre sí y despertaron sentimientos contradictorios y reacciones incoherentes. La necesidad de una autoidentificación se volvió fuente de conflicto; dividió las relaciones humanas y olvidó por completo la unificación, la cooperación y la solidaridad como bienes sociales: emergieron la competencia, la competitividad, el rendimiento empresarial, como rasgos de la nueva “naturaleza” humana.

Algunos autores como Richard Sennet (citado en Bauman, 2004) concluyen que en esta etapa de lo contemporáneo se perdió gran parte de la *civilidad*; ésta es “la capacidad de interactuar con extraños sin atacarlos”, ésta es por mencionar algunas de las características esenciales a las que hemos renunciado a causa de la nueva organización, centrada en el consumo, la competencia, la competitividad, la productividad personal como vía de acceso al poder adquisitivo.

Entre otras de las categorías perdidas de la civilidad, se encuentra la habilidad de compartir espacios públicos, si bien se evita el diálogo con los extraños, ahora se evade con mayor razón cualquier tipo de contacto físico y, en su gran mayoría, cada *uno* se desentiende de los extraños, evitando el riesgoso intercambio (mínimamente de palabras) y la agotadora comunicación. Sin embargo, nuestra rehuída para con los extraños no nos garantiza que nos aislemos por completo de ellos. Por el contrario, se da por supuesto que el contacto es inevitable, el evitar tratar con ellos significaría escapar al remedio de una enfermedad ya contraída, lo satisfactorio sería lograr que la compañía de los extraños sea de una perspectiva mas favorable, atractiva y segura que los ya sofisticados recursos destinados a volver indiferente su presencia, reducirlos a una necesidad instrumental para conseguir lo que se requiere.

La habilidad de coexistir con diferencias no se aprende fácilmente. Esta habilidad requiere de constante práctica y ejercicio. La creciente dificultad de enfrentar la *irritante* pluralidad de los seres humanos, nos va volviendo efectivos a una homogeneidad parcial, al momento justo de eliminar diferencias resulta mucho mas difícil compartir algo frente a un grupo de desconocidos sin sentirse amenazado o en angustia, sabiendo que ellos son –en algún aspecto- *la* competencia, sea porque, como ahora se dice de los migrantes por razones económicas, despojan de oportunidades a los residente legítimos de una región, sea porque son quienes pueden acceder a los bienes escasos, o porque pueden robarnos, violentarnos, condicionarnos, en el curso de la vida.

Frente a los discursos de normatividad, es un hecho que el resentimiento con las diferencias también se intensifica; relacionamos a los extraños con el miedo e la inseguridad, y lo que

al principio era una sencilla suposición, se vuelve lentamente un cirulo vicioso. La continua búsqueda de una identidad común nos da cierta seguridad, nos permite tener intereses colectivos y, de alguna manera, da por hecho cualquier ejercicio de voluntad individual, con esto, resume Sharon Zukin (citado en Bauman, 2005) “nadie sabe cómo hablar con nadie”. Los entornos sociales, se vuelven amenazantes en cualquier momento, nos devuelven la condición de precariedad a la que se está sometido ininterrumpidamente. Acceder a sensaciones de bienestar, de cierta seguridad, supone comprar entornos. El acceso a entornos de relación, el mercado del bienestar, tiene que ver con la posibilidad de moldearnos *a gusto*, de configurarnos con base en una autoestima significativa.

Cada entorno social promueve su propia racionalidad y comunica un significado correspondiente, se ha dicho que el comunitarismo es una respuesta lógica a la crisis del *espacio público*, esta actividad propone apropiarse de los espacios, precisamente públicos y exhibe de manera ordinaria la intimidad (Sibila, S/A) para reducir la confesión pública de la censura y dar credibilidad a las virtudes del espacio propio. La visión de una sociedad *buena* queda en consideración a un discurso político, es decir que las personas que conforman la sociedad se convierten en espectadores pasivos de la política y/o consumidores de bienestar. Sin embargo, los espectadores no esperan mucho de los políticos, nada más que un mensaje incesante con un espectáculo monótono que se repite y se repite, en la medida en que es en el mercado donde efectivamente se puede realizar el *bienestar*. La prioridad de cualquier lección pública, nos reitera que lo único que cuenta es cada uno en su integración a la dinámica imperante.

Todo esfuerzo por mantener la distancia con el otro se cultivó para excluir en toda posibilidad la necesidad de comunicación y compromiso mutuo, aparece entonces como la respuesta esperada a nuestra incertidumbre existencial, lo que dio lugar a la nueva y delicada fluidez de los vínculos sociales (Bauman, 2005). La ineludible preocupación obsesiva por la polución y la purificación de los miembros que forman un grupo social, frecuentemente de la pura individualidad, apareció con la tendencia a identificar el peligro de la invasión, mantener *la pureza* identificando oportunamente toda amenaza a nuestra seguridad dentro del sistema.

Los nuevos deseos convergen en una nueva tendencia a la separación, una nueva defensa contra los *extranjeros*, particularmente la separación del otro. Como lo expresa Georges Benko (citado en Bauman, 2004): “Hay *Otros* que son mas *Otro* que Otros, los extranjeros. Excluir a las personas como extranjeros porque ya no somos capaces de concebir al Otro da testimonio de una patología social”. Pero la extranjería ya no se reduce a la condición de pertenencia a un estado-nación respecto de otro. Puede ser entre personas que participan de entornos inmunizados, por ejemplo en las esferas de los detentadores de “derechos” (Brossat 2008), aunque pertenezcan a un mismo país. En este sentido, si reconocemos la patología -pero no hablamos de una enfermedad mental resultante de nuestro mundo desprovisto de un conjunto de significados confiables, sino que nos referimos a una pathos propio de la configuración del espacio público-, entendemos que un resultado de nuestra política decadente que sustituye el compromiso mutuo por la premiación y el fomento a las técnicas de escape, es la ajenidad respecto del otro. El no hablar se ha convertido en un mandato estratégico, una nueva forma de *prudencia* que nos mantiene aislados, a salvo, pero como individuos temerosos y desorientados.

3.4 Las consecuencias sociales

Hemos planteado con anterioridad las condiciones que hicieron posible que el tiempo y la distancia (una figuración relativa a la espacialidad) se configuraron inéditamente en las nuevas fórmulas de relaciones sociales y hemos enfatizado su importancia, no hemos atendido más de cerca las consecuencias inmediatas que han tenido efectivamente en la estructuración de lo social.

El tiempo instantáneo del mundo actual nos ha *dado* la *satisfacción inmediata*, la habilidad de tener con mayor facilidad algo casi al momento en el que lo deseamos; tenemos las herramientas para actuar mas rápido pero, haciendo lectura *política*, podemos notar que estas habilidades y herramientas no se encuentran en igualdad de distribución para todas las sociedades. Los tejidos de dominación aparecieron con forme las personas tenían acceso a la instantaneidad, aquellas que pudiesen moverse mas rápido se volvieron dominantes; para

aquellos quienes no tienen la posibilidad de movilidad, se encuentran con las manos atadas, regulados por la modernidad el acceso y la capacidad de acceder a los bienes de la Modernidad delimitó el nuevo orden: integrados y excluidos aparecen como base de toda nueva clasificación social, que ha adquirido una expresión perversa en el mundo del acceso a *derechos*.

La nueva relación con el tiempo y el espacio cambia radicalmente la forma de cohabitación humana, especialmente en la forma en la que se atienden los asuntos colectivos o, más bien, la manera en la que convierten ciertos asuntos a temas colectivos. La libertad de elección, por ejemplo la elección política, significó convertir el *libre albedrío* del elector en objetivo, para buscar a cualquier costo la credibilidad de los electores vendiendo rutas de bienestar, bajo los principios de la lógica del mercadeo. La creación del libre albedrío, de la correcta utilización de la libertad de elegir, se han convertido en objeto de trabajo por parte los individuos, que acuden al mercado de las competencias –así sea viendo un programa de televisión con *expertos*- para formarse como un ser competente.

La época de la *nueva elección* significó buscar reconocimiento sin consecuencias (para no cargar con los resultados de las malas decisiones), rehuir a la duración prolongada de sus efecto pues ello ya era una carga, descartar cualquier posibilidad de solidez pues ella significaba una carga que nos limitaba, que nos roba *libertad*. Se buscó el movimiento, soportar una estadía larga se convirtió en defecto, la nueva moda es viajar ligero: cuerpos esbeltos para permitir el movimiento, ropa ligera, cámaras y celulares mas pequeños, pertenencias más portátiles, objetos desechables para nuestra época de instantaneidad (Bauman, 2005), identidades, personalidades, más moldeables, resultan valorables. El peso también se volvió símbolo de la modernidad, el tamaño se consideraba una variable por controlar para todo; cualquier objeto que ocupase un poco mas de tiempo o espacio, que se expandiera, era un peligro que se tenía que combatir, o en mejor posibilidad, evitar.

El rechazo inminente a lo durable nunca fue previsto. Del mismo modo, las consecuencias de las acciones humanas rechazaron por efecto cualquier responsabilidad con otros. La

nueva ética y cultura humana se ha instaurado y lo que se espera de la sociedad si continúa con esta forma de relación es territorio todavía inexplorado profundamente.

La nueva desigualdad de nuestra época necesitó de nuevos conceptos que permitiesen captar nuestra realidad, las ciencias políticas necesitaron implementar nuevas estrategias de estudio, no fue suficiente estudiar los cambios de Europa o la economía desde la revolución industrial; las nuevas tendencias son reconocidas por articularse con singular rapidez, la separación de los trabajadores y las fuerzas de sustento se volvió más evidente. Podemos decir que esta nueva era tenía todos los factores emergentes en un nuevo orden, sin embargo las ideas de Karl Marx (1867, citado en Bauman 1999) sugieren que éste acontecimiento (de separación) no es un tema nuevo entre las actividades productivas. El alejamiento de la relación entre un estilo de vida y las actividades productivas no resulta ser un nuevo objeto de estudio, si bien ésta separación se vuelve más notoria con cada nuevo orden social, el fenómeno es, casi por regla general *base para el desarrollo*; la separación de las actividades productivas con el resto de los principales objetivos de deseo en una vida moderna permiten el esfuerzo físico y mental que, al mismo tiempo, hace posible la existencia de la nueva sociedad.

Parece que la incertidumbre no es nada nuevo en ninguna situación, la vida laboral también ha estado llena de ella desde sus inicios. Los cambios en las condiciones de empleo actual han roto las bases de la solidaridad, el desencanto en nuestras relaciones personales y la vida política es consecuente con las nuevas formas de explotación. Cuando prácticamente todo ha sido reformulado, la lealtad mutua y el compromiso tienen pocas probabilidades de brotar (Sibila, S/A); si bien la incertidumbre no es un tema de novedad en nuestra historia hoy existen menos incentivos para el interés de manera seria, las ideas colectivas sobre el desprendimiento, el espacio de empleo transitorio y las nuevas ideas de fluidez ha hecho de nuestra época un mundo de *lazos débiles*. La versión de Bauman (2005) sobre nuestra época líquida no predice un término en la comunicación personal, pero sí presagia el *desprendimiento* y la fragilidad de nuestra relación con el trabajo, con los sentimientos, con los vínculos, con la socialidad común.

Frente a las nuevas formas de (auto)explotación, de clasificación social, de ordenar las distancias sociales, resulta preciso ahondar en vías de análisis más articuladoras que aislantes de los fenómenos sociales y sus procesos. Bauman (2004 y 2005) y Sibila (S/A) convergen sobre la importancia de los cambios radicales -y muy notorios- que ha sufrido nuestra forma de *vivir con otro*, incluso de vivir con nosotros. Las consecuencias sociales que los nuevos imperativos sociales propician hacen de la cohabitación una posibilidad endeble, y una condición que –cuando sucede- puede romperse y desecharse en cualquier momento. Si mencionamos anteriormente la falta de interés por estructurar acuerdos recíprocos, por el compromiso y el deseo de la unilateralidad, se ve venir una independencia volátil; un deseo de libertad de compromisos por temor a la responsabilidad y, claramente a las potenciales consecuencias que ello conlleva.

La amenaza permanente a quedar estancado, es algo que opera en beneficio de la lógica de la movilidad total. Ahora, esta amenaza cotidiana resulta un factor está siendo tomado en cuenta por quienes diseñan el curso de la vida mediante la creación de los dispositivos sociales: la ciudad moderna puede ser un ejemplo de ello. El ir y venir, hacer y deshacer compromisos se vuelve político al momento en que las masas se emergen como colectividades potencialmente incontrolables, lo que representa un peligro para el control político-social. Ante esto, se requiere individuos autocontrolados, auto explotados, que confían en su libre elección y en su permanente reingreso al mundo del consumo, es decir, requiere una configuración tipo de la individualidad, que se sostenga en cierto valor de sí – una autoestima- constantemente renovada, y esa renovación sucede en la posibilidad de acceder al consumo de los bienes que indiquen que se sale adelante.

Para esta nueva variable referente a los compromisos superfluos, el sistema de consumo no desperdició su tiempo y creó campañas para la publicidad del *viajar ligero* con ayuda de un nuevo teléfono celular, una nueva computadora y nuevos dispositivos que prometen hacer nuestra vida algo más interesante que el compartir palabra con personas extrañas, así el viaje refiera sencillamente a pasar por los espacios del vivir cotidiano.

Los nuevos manipuladores simbolizaron las emociones, volvieron objeto –mercancía- al cuerpo y construyeron la nueva categoría de ser deseables, vendibles, rentables. Aquellos quienes son tan volátiles y livianos, los egoístas y los despreocupados, gestaron el “dominio por la precariedad como un valor, lo inestable como requisito y lo híbrido como una riqueza” Bauman (2005: 101), la facilidad de conectividad con la poca responsabilidad hicieron de nuestra voluntad algo sin control, la vertiginosa velocidad de cambio, el envejecimiento acelerado y la eterna posibilidad de comenzar son ahora las bases de nuestra realidad.

Así, en este momento podemos regresar a la relación que dio sentido a este trabajo. Mercado, autoestima y configuración de la individualidad, en el mundo contemporáneo, se articulan como un engranaje fundamental para la permanencia de la dinámica social imperante, de rasgos liberal/capitalistas, y esta articulación adquiere síntesis importante, y para este trabajo ilustrativa, en el consumidor. Si bien es correcto decir que no todos podemos convertirnos con la misma posibilidad en consumidores legítimamente establecidos, quien quiere integrarse a la dinámica social a de convertirse en ello, lo que es señal de éxito, lo que es una base para tener autoestima, es decir, no sólo tener la idea de que una vale, sino que se demuestra ello en la posibilidad de acceder a los bienes valorados en el mundo del que se participa, que hoy, es el mundo del mercado total.

CONCLUSIONES

El abordaje construccionista nos permite atender los fenómenos psicosociales desde una mirada que atiende las diversas mediaciones mediante las cuales se construye lo que llamamos realidad social. Invita, por su postura epistémica y su apertura metodológica, a acercarse a los fenómenos sociales, para su comprensión, a pensar relacional y procesualmente. Desde esta perspectiva, que en lo que se nos aparece como *un* fenómeno de interés, resulta de la articulación de diferentes dimensiones y niveles de *realidad*. Por ello, la comprensión de cualquier fenómeno de interés resulta de detectar y explicitar las articulaciones que le otorgan realización. Así, nos acercamos a la comprensión de la autoestima en un mundo que se ve fuertemente determinado por el mercado, el mundo de la mercantilización, y la demanda social de individualidad como una necesidad y un bien.

La autoestima, definida tradicionalmente cómo: un conjunto de experiencias subjetivas y prácticas de vida que cada persona experimenta y realiza sobre sí misma y que resultan en un aprecio de la propia existencia, ha sido colocada en la vida moderna que ahora se vive, en un lugar privilegiado en la configuración de la individualidad y de la propia dinámica social imperante. Sin embargo, desde una mirada psicosocial de corte construccionista, esa realidad *de facto*, tenía que ser problematizada críticamente, así como indagada desde una pretensión radical. En este trabajo se indagó la cuestión de la autoestima en ese sentido, con la finalidad de, al comprender la construcción social del fenómeno, reflexionar acerca de las implicaciones que para la vida social tiene esta configuración de la autoestima.

La aproximación efectuada, se orientó hacia la detección de los procesos y tanto de las articulaciones que dan lugar a la cuestión de la autoestima como parte importante para la realización práctica de la vida en la actualidad, como de su importancia social. Esto implicó moverse en diferentes dimensiones involucradas todo ello. Por una parte, nos aproximamos a rasgos de su efectucción concreta en las prácticas sociales que distinguen a la época, una dimensión más bien objetivada. Sin embargo, también interesó volver la mirada a la dimensión *inmaterial* en que ella adquiriría existencia. La dimensión práctica de la conciencia, lo *subjetivo*, conforma la autoestima en su articulación con las formas prácticas

en que la individualidad se realiza en y ante las demandas de comportamiento de un mundo específico y su dinámica de vida.

Lo que referimos como *lo subjetivo*, incluye pensamientos, conocimientos, intuiciones, dudas, respecto de la realidad social, así como respecto de uno mismo, pero también por interpretaciones que elaboramos sobre lo que nos sucede, lo que nos pasa y lo que hacemos que sucede y *nos* sucede. Es una conciencia del *Yo* en el mundo y, por ende, es también una visión del mundo y de la vida. Sin embargo, esto también contempla la dimensión *subjetiva afectiva*, la autoestima contiene las emociones, los afectos y los deseos fundamentales, *sentidos* sobre uno mismo y sobre su historia, los acontecimientos que nos marcan, las experiencias vividas y también las fantasías, *imaginadas y soñadas*.

Lo que pudimos esbozar a partir de lo trabajado en este escrito, como experiencia subjetiva, la autoestima aparece como parte de un espectáculo impuesto socialmente por una dinámica que la construye o la violenta, en y desde diferentes dimensiones de la vida. Intentamos ilustrar esto, acercándonos al lugar del cuerpo en el mundo contemporáneo, llegando a advertir que mientras que *el nuevo cuerpo* expresaba el triunfo de una imposición político-económica, en donde “lo social” contribuye a su inserción en la dimensión de lo subjetivo, al asumir su importancia, su significado, su lugar. El manejo del “deseo”, emerge como uno de los elementos fundamentales en la objetivación de este proceso, en la medida en que se ha convertido en algo administrable, lo que en esta época significa, en cuestión relevante en la gestión político-económica dominante. Desde él, se empuja la experiencia de la *satisfacción inmediata*, como lo más entrañable e imprescindible, sin importar nuestras propias objeciones *irracionales*.

En este proceso, de acuerdo con lo que planteamos en el cuerpo del texto, “nuestra” voluntad y libertad, lo que hacemos y creamos con nuestro cuerpo, con nuestras ideas y caracterizaciones, y lo que inventamos al vivir, son parte nutriente de la autoestima que se asume. La autoestima es *memoria y olvido* de lo que hemos sido y de quién hemos sido históricamente, referida a lo que asumimos que el mundo nos demanda para realizarnos humana e individualmente. El devenir y, salvo el instante del presente, todo en nosotros

está en el pasado y en el porvenir. La identidad con uno mismo es el hilo finísimo que le da sentido a nuestra vida como existencia continua en el tiempo y en este mundo liberal-capitalista. El *Yo* ha sido y antes fue; al principio de nuestras vidas todo lo que hemos sido y lo que está en nuestro cuerpo, en nuestra subjetividad; algo de cada uno que nos caracteriza, algo del *Yo* que está en los *otros*. La autoestima es síntesis del tiempo y conexión con *otras* y *otros*. Saber de qué sociedad provenimos, nuestra conciencia y el lugar de ubicación propio de nuestra historia política nos permite disociar la creación de una autoestima como un espacio íntimo de expresión de la corporeidad y una autoestima como resultado de los dispositivos de poder en una *sociedad del espectáculo*. Y en este marco es que logramos situar la noción del *egobody* (Redeker 2014), como una noción que logra sintetizar buena parte de la experiencia que en el mundo contemporáneo promueve para la configuración de una individualidad y, en ella, de un aprecio por el *Yo*, una autoestima.

Como parte de vida, la autoestima es una forma en que vivimos y convivimos, y también en la que experimentamos nuestra existencia, nuestra corporalidad, nuestras formas de reaccionar y de relacionamos; están ahí la conmoción de los *otros* en nuestra intimidad, nuestra proyección y la incidencia de nuestro hacer en el mundo. La autoestima es parte del lenguaje inscrito en nuestro cuerpo y en los espacios de *subjetividad* que “amueblamos” de recuerdos o de signos y quehaceres, de anhelos y deseos, de expectativas, en el marco que para ello demanda rendimiento, inteligencia emocional, productividad, habilidades, competencias, niveles de consumo.

La autoestima, como *amor a sí mismo* es cuidar vitalmente el propio *Yo* en su integralidad corporal, en un mundo particular que le condiciona. Al acercarnos al mundo de la emergencia del ser como consumidor, mostramos cómo este mundo ancla en ciertas formulaciones prácticas la posibilidad de la propia estima. Es decir, tiene como definición una conciencia, una identidad social y un sentido propio de la vida, situado históricamente. Es de hecho, una experiencia subjetiva y comúnmente, una práctica filosófica asentada en procesos de asignación de un valor como *sí mismo*, que opera con referentes externos a ese sí mismo.

Asumimos que la autoestima es contradictoria y diversa; identificamos cómo, en la dinámica dominante, que es posible – y requerido- lograr una concepción importante y una correspondencia entre la concepción del *Yo* y la práctica de vida. Esta concordancia se manifiesta como fortaleza de autoestima, y se da cuando integramos. en acto, desde una visión propia, la subjetividad y la corporalidad, la afectividad y el saber histórico. No obstante, a través de la reflexión en torno al cuerpo moderno, pudimos detectar que “nuestro” cuerpo, el “*body*”, la imagen, insertada en una sociedad que lo materializa, lo vende y lo compra, lo consume y lo desgasta, lo destruye y lo reemplaza, convierte este proceso en un engranaje en la dinámica social dominante. El aislamiento de la subjetividad al que nos hemos precipitado en nuestra era contemporánea, intensifican la *naturalización* de la realidad y dan una salida fácil a *lo individual* de nuestros malestares sociales. La medicalización de la vida cotidiana, como planteamos, va estrechamente ligada al concepto de identidad, propio de nuestra época y a su significado dentro del mundo de la mercancía. Los límites que marcan el adentro y el afuera han venido trazando la relación de un *Yo* consigo mismo y con el mundo; una forma de expresión forzada al bienestar, a cierto bienestar.

El viejo concepto de *Yo* desde el que se escribía estaba tan marcado por el escepticismo de la época que se analizaba contra sí mismo a diario, en un intento de hacer de la biografía de uno mismo un relato más coherente y mejor visto. Bien lejos del uso que se le da a menudo en la actualidad a la herramienta del *blog*, donde la intimidad del momento es lanzada a la red en espera de ser vista por algún miembro afín a nosotros.. La pérdida de referentes comunitarios para la construcción coherente de nuestros espacios, la pone en el centro de la realidad. La moralidad, que marcaba tradicionalmente el límite de lo que era locura o enfermedad mental, se ha convertido en una cuestión íntima: es en la intimidad, lejos del público, donde se puede conseguir *la buena vida*. La lucha por el reconocimiento se convierte en la dictadura del emotivismo; acumular placeres o sentir la libertad a través de no vincularse de forma fija a alguien o a un territorio, se entiende como éxito. Un triunfo que cosifica al otro, reduciéndolo a su dimensión instrumental para la realización de *nuestra vida*.

Las configuraciones sociales que hoy se presentan como hegemónicas, han puesto en marcha una organización biopolítica que actúa en función de la producción, función propia del hombre neoliberal, de nuestra época y nuestra vida. Estas determinaciones biopolíticas, colocan hoy el proceso de configuración de la individualidad y el desarrollo de la autoestima, como procesos independientes de condicionantes político-económicas. El trabajo que se realizó y aquí se concluye, permite considerar que eso no es así y que, al contrario, configuración de la individualidad y la producción de autoestima, son engranajes fundamentales de la dinámica liberal/capitalista y su dinámica de vida.

BIBLIOGRAFÍA

- Agamben, G. (2017) El uso de los cuerpos. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Aguirre, J., Posada, R. (2013). Algunas respuestas al desafío constructorista: Una aproximación realista. *Sopha*, 9. 141-154.
- Alvarado, Víctor. *Construccionismo social: Una alternativa para aproximarse al cuerpo contemporáneo*. México, UNAM, 2016. (En proceso de publicación)
- Bauman, Z. (1999). *En busca de la política*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2004). *Modernidad líquida*. El Salvador, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2005). *Vida líquida*. El Salvador, Buenos Aires, Argentina. Paidós.
- Butler, J. (2009). *Dar cuenta de sí mismo. Violencia ética y responsabilidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Brossat, A. (2008). La democracia inmunitaria. Santiago, Chile: Palinodia.
- Cereceda, C. (2013). Deconstruyendo el amor, Eros y Psique. PDF (S/D)
- Chul-Han, B. (2010). *La sociedad del cansancio*. España: Herder.
- Gergen, K. (1992). *El Yo saturado*. Barcelona, España: Paidós.
- Foucault, M. (1976). *Vigilar y castigar*. México: Siglo veintiuno
- Gergen, K. (1998). *Realidades y relaciones: aproximaciones a la construcción social*. Barcelona, España: Paidós.
- Gergen, K. (2007) *Construccionismo social, aportes para el debate y la práctica*. Bogotá: Uniandes
- Ibáñez, T. (1990). *Aproximaciones a la psicología social*. Barcelona, España: Sendai
- Ibáñez, T. (1993). La dimensión Política de la Psicología Social. *Revista Latinoamericana de Psicología*. 25, 1. 19-34.
- Ibáñez, T. y Doménech, M. (1998). Psicología social. Una visión crítica e histórica. *Anthropos*. 177.

- Íñiguez, L. (2003). La psicología social cómo crítica: Continuismo, estabilidad y efervescencias tres décadas después de la “crisis”. *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*. 37-2. 221-238.
- Jappe, A., Kurtz, R., Ortlieb, C. (2009). *Ensayos sobre el fetichismo de la mercancía*. España: Pepitas de calabaza.
- Lagarde, M. (2000). Autoestima y género. *Cuadernos Inacabados, Claves feministas para la autoestima de las mujeres*. México: 39.
- López, P. *Realidades, Construcciones y Dilemas. Una revisión filosófica al construccionismo social*, 2013. *Cinta moebio* 46: 9-25.
- López, P. y, Otaíza, M. (2015). Construccionismo social y el sujeto libre: sobre negaciones y consecuencias. *Revista de Filosofía*, 27, 41, 569-593.
- Maier, E. (2008). La disputa por el cuerpo de la mujer, la/s sexualidades y la/s familia/s en Estados Unidos y México. *Frontera Norte*. 20. 40-1. 7-47.
- Mier, R. (1995). Hacia una percepción sin intensidades. La proximidad cotidiana de la imagen. *Política y cultura*. 4, 25-42
- Montero, M. (1994). *Construcción y crítica de la psicología social*. Barcelona, España: Anthropos
- Ovejero, A. (1999). *La nueva psicología social y la actual postmodernidad. Raíces, constitución y desarrollo histórico*. España: Oviedo
- Pacheco, G y Jiménez, B. (1990). *Psicología de la liberación para América Latina*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara
- Redeker, R. (2014) *Egobody. La fábrica del hombre nuevo*. Bogotá, Colombia: Luna libros.
- Sandoval, J. (2010). Construccionismo, conocimiento y realidad: una lectura crítica desde la Psicología Social. *Revista Madrid*. 23. 31-37.
- Schirmacher, F. (2015). *Ego. Las trampas del juego capitalista*. México: Paidós
- Schongut, N. (2012). La construcción de la masculinidad: poder. Hegemonía y violencia. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*. 2-2. 27-65
- Sibila, P. (S/A). *La intimidad como espectáculo*. México: Fondo de cultura económica.
- Steinem, G. (1995). *La revolución desde dentro. Un libro sobre la autoestima*.

Madrid: Ed. 96.

- Touraine, A. (2000). *Crítica de la modernidad*. México: Fondo de Cultura Económica
- Tovar, M. (2001) *Psicología Social Comunitaria*. México: Plaza y Valdés.
- Woolf, V. (1996). *El diario íntimo*. Barcelona: Mondadori