

Eva Illouz dixit

dixit

EVA ILLOUZ

El futuro del alma

**+ La creación de estándares
emocionales**



CCCB Centre de Cultura
Contemporània
de Barcelona

Primera edición, 2014

© Katz Editores
Benjamín Matienzo 1831, 10º D
1425-Buenos Aires
c/Sitio de Zaragoza, 6, 1ª planta
28931 Móstoles-Madrid
www.katzeditores.com

© Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona
Montalegre, 5
08001 Barcelona
www.cccb.org

© Eva Illouz
© Traducción de "El futuro del alma": María Cifuentes
con la revisión de Mireia Cererols
© Traducción de "La creación de estándares emocionales":
Mireia Cererols

ISBN Argentina: 978-987-1566-90-7
ISBN España: 978-84-15917-11-3

Diseño de colección: tholón kunst

Impreso en España por Romanyà Valls S.A.
08786 Capellades

Depósito legal: M-21043-2014

Índice

- 9 El futuro del alma
- 31 La creación de estándares emocionales

El futuro del alma*

Empezaré abordando directamente la cuestión que se me ha planteado sobre el futuro del alma. El alma, tal y como la conocemos desde hace unos tres mil años, tiene probablemente poco futuro. La razón es que actualmente ya no tenemos almas, sino psiques, en su lugar. Podría preguntarse cuál es la diferencia entre ambas; al fin y al cabo, *psykhé* en griego se refiere al alma, a esa entidad que abandona el cuerpo tras la muerte. Creo que entre alma y psique hay muchas diferencias, aunque ambas compartan una larga historia en común.

La psique o alma, especialmente tras la reelaboración cristiana del concepto, presupone una

* Esta conferencia tuvo lugar en el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) el 8 de marzo de 2010.

jerarquía moral, que a su vez queda reflejada o encarnada en la propia alma. Tener un alma "pura" o "malvada" refleja un orden moral en el que las personas y las acciones están organizadas jerárquicamente. La psique, tal y como entendemos hoy el mundo, apunta a una historia privada que no puede evaluarse de acuerdo con tal jerarquía moral, sino según su propia coherencia, y cuya lógica narrativa interna debe ser descubierta por el sujeto, si es posible mediante un trabajo formal de análisis.

Por ejemplo, si me presento como cleptómana doy por supuesto que muchos interpretarán ese dato como un trastorno afectivo, no como un signo de que sea un ser humano despreciable. Pueden quizá condenarlo, pero también puede que quieran saber la causa de tan peculiar hábito. Obviamente, eso se debe a que mientras las religiones gobiernan las almas, las psiques son gestionadas por los médicos. La psique se ha convertido en un objeto medicalizado.

Las almas están supeditadas a un cosmos moralmente ordenado y lo reflejan, mientras que las psiques dependen de las relaciones emocionales tempranas (visibles y ocultas) que establecemos con nuestros cuidadores. La psique es, en ese sentido, singular e idiosincrásica y,

por lo tanto, radicaliza lo que Hardt y Negri (siguiendo a Deleuze y Guattari, que a su vez siguen a Spinoza) definen como el rasgo esencial de la modernidad, a saber, el hecho de que las personas nos construimos en un plano de inmanencia radical: todos (o la mayoría de) nuestros deseos, nuestros pensamientos y nuestras emociones resultan equivalentes en su significado y su sustancia morales. Tener psique, al contrario que tener alma, supone estar exento de toda responsabilidad trascendental, cósmica e incluso colectiva.

La psique es radicalmente individual e inmanente, y solo apunta a sí misma.

Otra diferencia entre alma y psique tiene que ver con la manera en que ambas se relacionan con el cuerpo. Según Homero, las "almas" pueden abandonar el cuerpo a través de las heridas, se diferencian de él y pueden, de hecho, sobrevivir a su muerte. En la cultura cristiana, el cuerpo es a la vez una prisión y el lugar de donde provienen los impulsos pecadores, algo de lo que el alma debe liberarse. El alma es independiente del cuerpo, incluso aunque sea su prisión; lo precede, lo sobrevive y lo trasciende. La psique, por el contrario, mantiene con él una relación mucho más cercana y armoniosa, está incluso

subsumida en él, como cuando hablamos de síntomas *psicosomáticos*: los dolores de cabeza o de espalda, las úlceras e incluso los cánceres pueden ser expresiones de trastornos mentales o emocionales, y en ese caso, el cuerpo se convierte en una manifestación auténtica de lo que el alma se oculta a sí misma. Puede que el cuerpo necesite aún ser descifrado, y puede que esa sea la gran causa que lo mueve, pero acaba siendo el auténtico repositorio de lo que es inconfesable en la psique. El estrés, la ansiedad y la depresión se han convertido en modos de formarse un concepto de seres humanos que son simultáneamente mentales y físicos; las psiques y los cuerpos se reflejan mutuamente, y el cuerpo se ha transformado en el campo desde el cual leer e interpretar la psique.

Y no solo eso: el cuerpo se ha vuelto el lugar de la afirmación y la autorrealización de la psique. Así, la sexualidad y el estar en forma se han convertido en sinónimos de salud y autorrealización. La psique establece una relación dramáticamente diferente entre lo material y lo mental, de modo que ambos se configuran recíprocamente. Para mejorar nuestro cuerpo debemos mejorar nuestra psique, y para mejorar nuestra psique, debemos trabajar nuestro el cuerpo.

Una tercera diferencia es que las almas son eternas o, cuando menos, atemporales, mientras que las psiques tienen una historia (las narrativas biográficas) y son eminentemente plásticas, es decir, pueden ser modificadas, cambiadas o mejoradas: están, por lo tanto, completamente orientadas hacia el futuro terrenal, hacia esta vida aquí y ahora. Una psique tiene una historia que puede empezar en la primera infancia, incluso en el seno materno, que avanza en una trayectoria lineal de complejidad progresiva, y que, bien gestionada, acaba trazando un recorrido de automejora y autodescubrimiento. La psique representa el elemento moral y temporal clave de la Ilustración, esto es, la idea de perfectibilidad de la especie humana. Esta idea de perfectibilidad se aplica actualmente no a la mejora moral de una persona, sino a la de su salud emocional.

Una cuarta diferencia entre alma y psique es que el alma busca la verdad fuera de ella misma, como revelación o ley escrita en un libro. Por el contrario, la psique debe buscar la verdad en su interior, sin saber por adelantado cuál puede ser esa verdad. Más exactamente, a lo que asistimos es a una nueva noción de verdad que gira alrededor de la siguiente tríada de significados: la

búsqueda de una verdad psicológica interior (para descubrir los acontecimientos reales o simbólicos que han herido mi psique), la configuración de un ideal científicamente establecido de salud emocional y, por último, la búsqueda de la verdad existencial de la propia vida (encontrando uno mismo qué valores y proyectos vitales desea satisfacer). La noción psicológica de verdad gira alrededor de estos tres significados: el biográfico, el nomotético-científico y el existencial.

Una quinta diferencia tiene que ver con cómo el alma o la psique conciben el cambio en sí mismas. San Agustín dejó su yo pagano y sexual y adquirió un nuevo yo; tal modelo de conversión presupone un yo muy diferente del que postula nuestra actual noción de *psique*: el yo anterior debe ser abandonado porque el nuevo tiene miedo de contaminarse de él, pecador. Uno abandona su yo anterior en un acto de fe, revelación o aceptación de un nuevo yo. Con las psiques, por el contrario, se supone que debemos usar el yo antiguo para construir uno nuevo, pues ellas están inherentemente divididas entre el pasado, que por más oculto y enterrado que esté nos constituye como somos, y el yo presente, que solo mantiene una relación

imperfecta con el yo anterior, al cual debe descubrir.

Una sexta diferencia es que las almas deben ser capaces de soportar tanto el sufrimiento como la buena fortuna; sobre todo el sufrimiento, pues sufrir forma parte de la formación del carácter. Las psiques, por el contrario, deben erradicar el sufrimiento o, por lo menos, verlo como el signo de que algo debe ser descifrado e investigado. Y eso ¿por qué? Pues porque las psiques sanas son fundamentalmente proyectos hedonistas y utilitarios, centrados en la satisfacción, la utilidad y el placer. En una psique sana, el sufrimiento es intolerable, porque las psiques están para maximizar los potenciales y evitar el dolor.

Las religiones contaban con teodiceas que explicaban por qué los virtuosos sufren, y vinculaban ese sufrimiento con la voluntad divina. Más aún, creían que el sufrimiento formaba parte de la formación del carácter, por lo que tener un alma o tener carácter consistía precisamente en soportar el sufrimiento, en sacrificarse y renunciar.

La idea de *alma* estaba, por lo tanto, intrínsecamente conectada con el estatus de sufrimiento en el orden moral y en el proceso de formación

del yo. El sufrimiento estaba integrado en las narrativas globales; conectaba al yo tanto con la escatología como con la ontología.

Pero el sufrimiento ha perdido su significado o, más bien, su significado solo puede tolerarse si desempeña un papel en la constitución de un yo maduro y sano; si es una experiencia que, una vez descifrada, nos hace más felices y más fuertes.

A pesar de todo lo escrito en psicología sobre el sufrimiento físico, él se ha vuelto, en realidad, intolerable e ininteligible, y quizás a eso se refería Nietzsche cuando advertía del advenimiento del último hombre, incapaz de desear experiencias de dolor y pérdida: "Yo amo a quienes no saben vivir sino para desaparecer, para anularse",¹ decía Zarathustra, y quizás es este arte de vivir para desaparecer lo que hemos perdido.

Finalmente, el alma está en la Tierra para cumplir la voluntad de un ser superior, mientras que la psique existe para descubrir quiénes somos, cuáles son nuestras necesidades, nuestros intereses y nuestros deseos. En ese sentido, la psique existe para descubrir su propia ontología emocional, es decir, las emociones y los

¹ Friedrich Nietzsche, *Así habló Zarathustra*, Barcelona, RBA, 1992, p. 16 [trad. de J. C. García-Borrón].

intereses "reales" de una persona. La "búsqueda" del yo moderno ya no consiste en un viaje que nos lleva lejos de casa, como a Ulises, Don Quijote o Robinson Crusoe, sino más bien en un viaje interior, hacia el descubrimiento y la realización de los propios deseos y fantasías que permanecen enterrados.

Las almas pueden salvarse mediante la revelación, la confesión, la mortificación o la penitencia, técnicas todas ellas de salvación del alma. Las psiques, sin embargo, solo pueden mejorarse, transformarse, mediante técnicas de discurso (lo que llamamos *comunicación*) y autoobservación. El cambio en uno mismo no está al servicio de ningún proyecto trascendental: solo aspira a concretar un ideal de autorrealización y de autenticidad. Salvarse uno mismo, por así decirlo, es encontrarse en nuestra desnudez y nuestra autenticidad. Salvarse a uno mismo es llegar a conocer y aceptar los más bajos y oscuros aspectos del yo.

Si la redención de las almas lo elevaba a uno por encima de sí —ese era el objetivo—, la redención de las psiques ocurre solo mediante la interiorización y el descubrimiento del yo más profundo a través de técnicas de verbalización y narración proporcionadas por la psicología.

Ahora contaré el caso de dos mujeres: una creía poseer alma; la otra, psique. También reflexionaré sobre los modos en que cada una de ellas tomaba sus decisiones y sobre lo que esas decisiones pueden decirnos acerca de cómo estas nociones de alma y psique organizan la relación que tenemos con nuestro yo.

En primer lugar consideraremos el ejemplo de Anne Elliot, el personaje favorito de Jane Austen, y que debería ser también el nuestro, puesto que representa lo que es tener *carácter*, entendido este como una transición entre la noción religiosa de *alma* y la medicalizada de *psique*.

Nueve años después de romper su compromiso con el capitán Wentworth debido al consejo y la presión de su mentora, lady Russell, Anne Elliot se encuentra de nuevo con él. Su amor vuelve a encenderse rápidamente, pero Anne Elliot, al igual que el lector, no está segura de los sentimientos del capitán hacia ella. La situación se complica, dado que Anne recibe las asiduas atenciones de su noble y rico primo. En resumen: el primo rico la corteja, pero ella está aún enamorada del hombre con quien rompió su compromiso nueve años atrás. Aunque su pri-

mo es correctísimo, y ese enlace le supondría un claro ascenso social, y aunque el matrimonio con el hombre al que realmente ama parece bastante improbable, Anne reacciona a la perspectiva del compromiso matrimonial de la siguiente manera:

Cuáles hubieran sido sus sentimientos en caso de no haber existido un capitán Wentworth, no valía la pena pensarlo. Pero existía un capitán Wentworth, y con él la certeza de que cualquiera que fuese el resultado de todo el asunto, el afecto de Ana sería de él para siempre. El unirse a él, creía ella, no la alejaría más de todos los hombres que el separarse de él.²

La determinación de Anne de permanecer fiel al capitán Wentworth, a pesar de la aparente evidencia de su separación, choca con la sensibilidad contemporánea porque suscribe la idea del amor como absoluto e incommensurable. En este caso, el compromiso con otro es una entrega total del yo, indiferente al efecto que pudiera

² Jane Austen, *Persuasión*, Barcelona, Andrés Bello, 1999 [trad. I. de la C. y C. G.].

tener en su bienestar. Una vez concedido su amor, esta entrega la ata para siempre y la compele a renunciar a cualquier perspectiva de mejora.

Anne está dispuesta a comprometerse con una vida de sufrimiento, en la que tendrá que vivir echando de menos a quien ama, y pagando probablemente las consecuencias de haberse equivocado al hacer caso a lady Russell y no haber aceptado la propuesta de matrimonio del capitán. Vivirá una vida dedicada a un ideal y renunciará a cualquier materialización de amor verdadero.

Lo que define las dudas y las decisiones de Anne Elliot es una forma específica de afecto que denomino *afecto moderno* y que está relacionado con la idea de una persona con carácter; esta es una idea muy cercana, aunque no equivalente, a la idea de tener "alma". Se trata de un afecto de exclusividad, de compromiso y de culpa.

AFECTO DE EXCLUSIVIDAD

Esto significa que Anne Elliot elige un único objeto de amor y construye su historia vital

alrededor de él. Es un afecto que implica: a) *constancia*, es decir, la capacidad de mantener sentimientos y un caudal de deseo estable a través del tiempo, es decir, una gran continuidad del yo; y b) *claridad*, ya que Anne tiene total certeza sobre sus deseos y sus elecciones; no hay conflicto ni confusión del deseo. Anne ama al capitán Wentworth desde una fuente única, estable, continua, clara y total de su yo.

AFECTO DE COMPROMISO

¿Qué es el compromiso? El economista Amartya Sen lo define como la capacidad de renunciar hoy a la posibilidad de mejorar mi elección mañana. Comprometerme contigo ahora significa que renuncio a la posibilidad de encontrar mañana a alguien mejor. El compromiso funciona, por tanto, como un principio antiutilitario, un principio que refrena nuestro deseo de maximizar siempre nuestro yo, nuestros intereses, nuestro bienestar, nuestra felicidad. La razón por la que el compromiso es kantiano (moderno) es precisamente porque implica la voluntad autónoma del

individuo: comprometerse es hacer una elección automotivada.

AFECTO DE CULPA

Desde Freud sabemos que la culpa viene provocada por el hecho de que la psique se debate en el conflicto entre las normas sociales y el deseo individual. Un individuo moderno es precisamente el que está atrapado en la contradicción entre sus propios deseos y las normas sociales; por ejemplo, entre el matrimonio por amor o por conveniencia, entre el sentimiento y el interés. El individuo moderno se define por esas contradicciones y por su intento de superarlas mediante el acto de decidir, cuya fuerza reside en que es realizado desde la culpa y el conflicto.

Exclusividad, compromiso y culpa son conceptos, todos ellos, provenientes de un yo que ha internalizado un cosmos moral y una jerarquía. Este yo vive en la tensión entre diversos bienes inconmensurables, acepta la posibilidad de que la mayoría de sus deseos no sean satisfechos, y decide desde un centro del yo comúnmente llamado *voluntad*.

El siguiente ejemplo es Catherine Millet, una escritora y crítica de arte francesa que publicó unas memorias en las que detalla su vida sexual con cientos de extraños, conocidos en fiestas o en la calle. Catherine vive únicamente con un hombre, y declara:

De ahí que durante años, paralelamente a este eje [la relación con Claude], siguiera segmentos de otras vidas distintas [...]. Digo "vidas" y no "aventuras" porque un ritmo, reglas, ritos específicos caracterizaban a cada una de estas relaciones. Eran otras tantas oportunidades de transportarme a otros escenarios, de explotar otros registros como una comedianta: yo era una bohemía, una zorra, una burguesa, según el estatuto del hombre que frecuentaba, y según el que él me asignaba, los amigos que me presentaba, los restaurantes a los que me llevaba...³

Se trata de un ejemplo de persona hipermoderna, poseedora de una psique y no de un alma. Las diferencias con Anne Elliot son evidentes en varios aspectos.

³ Catherine Millet, *Celos. La otra vida de Catherine M.*, Barcelona, Anagrama, 2010.

MULTIPLICIDAD DE YOES

El afecto de exclusividad ha desaparecido porque de lo que se trata ahora es, precisamente, de tener diversos yoes y de gestionarlos. La multiplicidad es en sí misma una fuente positiva para la constitución del yo. En este caso, el yo no tiene centro, está en movimiento perpetuo y es esta fluidez lo que le da un sentido de valor. Hoy valoramos las relaciones múltiples porque nos dan acceso a la multiplicidad de nuestros yoes. Anteriormente, los yoes se entendían como entes que se desplegaban a lo largo de un eje de progreso, pero, tal y como ilustra Millet, cada vez más la multiplicidad de los yoes se despliega en un único eje sincrónico.

Mientras que hasta la década de 1990 valorábamos los yoes a condición de que se desplegasen diacrónicamente, es decir, en sucesión, cada vez más a menudo observamos una tendencia hacia una especie de acumulación simultánea de relaciones, que ha dado lugar al fenómeno del poliamor, definido como la práctica y el deseo de tener más de una relación íntima sexual al mismo tiempo, con el consentimiento de todos los implicados. Se trata de una nomonogamia ética, dato que

señalo para subrayar que el cambio del alma a la psique no viene necesariamente acompañado de decadencia moral.

EL INDIVIDUO NO ELECTOR

La segunda observación se deduce de la anterior: lo que ha cambiado profundamente con el individuo hipermoderno es el hecho de que la individualidad está constantemente enfrentada a la cuestión de la elección, y que su subjetividad se define cada vez más por la dificultad de elegir y por su derecho a no hacerlo. Un alma sabía, por así decirlo, cuál era la elección correcta, pero una psique siempre debe resolverla, examinarse a sí misma para entender sus auténticas necesidades y sus auténticos deseos. En ese sentido, elegir se ha convertido en un problema y en una característica destacada de la acción moderna. El individualismo moderno se definía por su demanda de libertad, por su rechazo a las restricciones sociales que limitaban sus elecciones, pero el individuo hipermoderno, enfrentado a una variedad de elecciones prácticamente infinita, debe optar entre esforzarse por elegir

una cosa o renunciar a la obligación de elegir, manteniendo todas las opciones abiertas. Lo que está precisamente en cuestión en el individuo hipermoderno es la voluntad necesaria para limitar las elecciones o para comprometerse con un único objeto elegido; la capacidad de construir, activar y utilizar esa voluntad.

Así, la dificultad de elegir y de fijar nuestro deseo en un único objeto está en la raíz del fenómeno, tan debatido, de la fobia al compromiso y de las relaciones sin compromiso como las aventuras, las relaciones de una noche o el sexo ocasional.

EL SUPEREGO RACIONAL

Finalmente, el individuo hipermoderno siente poca culpa, al menos en lo tocante a las relaciones sexuales (lo cual es positivo). Actualmente la culpa se asocia más a saltarse la dieta o a hechos ocurridos en el contexto del trabajo. Nos sentimos culpables cuando no hacemos suficiente ejercicio, o cuando no trabajamos demasiado, pero no en el contexto del sexo y la sexualidad. Esto supone que el tradicional trabajo cultural

de prohibición y renuncia ha cambiado por completo. El superego –si podemos seguir usando esa terminología– está menos centrado en la tarea de controlar las urgencias sensuales o sexuales que en la de plantearse deseos y necesidades, hacerlos realidad o simplemente sopesarlos. Por ese motivo, una psique dedica tanto esfuerzo a pensar en el futuro, a no perder oportunidades y a calcular costes y beneficios. Precisamente, como la cultura ya no implementa prohibiciones fuertes y el individuo debe enfrentarse a la variedad de sus deseos, la manera principal de relacionarse socialmente es a través de un yo racional y racionalizado, responsable de descubrir cuáles son las pérdidas y las ganancias personales.

Lo que nos debemos a nosotros mismos y a nuestras potencialidades ocultas se ha convertido en imperativo categórico; moviliza tanto el pensamiento racional anticipativo como el esfuerzo consciente por traer las emociones al primer plano de nuestra existencia. Esto significa que los principales conflictos que vivimos no son ya los conflictos entre la sociedad y el deseo individual, sino más bien entre nuestros deseos en pugna, cuyo estatus y cuya fuerza moral son iguales en todos los casos. Conflicto a la hora de

elegir entre hijos o pareja, entre las atracciones homosexuales o heterosexuales, entre tener una pareja o varios amantes.

Lo que esto implica, quizá contraintuitivamente, es que cuando los individuos debemos tomar nuestras propias decisiones acerca de con quién queremos vivir, si queremos vivir con alguien, en qué forma y tipo de contrato, etc., la probabilidad de caer en la confusión es infinitamente mayor que antes. La confusión del deseo parece ir de la mano de la multiplicidad de deseos.

CONFUSIÓN DE DESEOS

Los programas de entrevistas televisivos y radiofónicos con tema psicológico están a la orden del día porque la confusión campea a sus anchas. El individuo hipermoderno, en su multiplicidad, demanda su derecho a no elegir para poder mantener sus opciones permanentemente abiertas, y en esta demanda no lo motiva la culpa, sino el deseo de reconciliar todos sus deseos para maximizar sus posibilidades y evitar el sufrimiento.

Quiero aclarar que, desde el punto de vista moral, no tengo preferencias ni por Anne Elliot ni por Catherine Millet. No creo que debamos lamentar la pérdida del orden moral que encarnaba Anne. No debemos lamentarla porque muy pocas mujeres actuales preferirían vivir en esa época.

Sí creo, por el contrario, que deberíamos preocuparnos más por otro aspecto de la psique moderna: su evitación a toda costa de cualquier sufrimiento. El futuro del alma —o de la psique— parece encaminado claramente al intento masivo de erradicar el sufrimiento, ya sea mediante la medicina, las terapias verbales, la práctica de la meditación, los encuentros anónimos o la industria de la autoayuda. Todas y cada una de las formas de sufrimiento (la baja autoestima, los abusos, la ansiedad, el divorcio, el acoso laboral) deben desaparecer. Nuestra psicología se ha vuelto altamente funcional, utilitaria y positiva.

El resultado de esta tendencia es paradójico, pues la psicología y la medicina han desplegado un enorme arsenal de recursos para la reducción del sufrimiento, pero es precisamente este intento masivo de erradicarlo del cuerpo y de la psique de la sociedad lo que ha generado una

plétora —y un interminable discurso— de “víctimas”, de personas que no son solo víctimas de la maldad de otros, sino de sus propias psiques débiles o heridas. Dicho de otra manera, la experiencia del sufrimiento físico nos atormenta ahora bajo la forma de una identidad victimista. Así, la psique oscila constantemente entre la automejora y la autorrealización, por un lado, y el estatus de víctima, por otro, pues solo un daño infligido desde el exterior puede explicar el sufrimiento e impedir la autorrealización plena. Cabe preguntarse, entonces, si esa oscilación de la psique entre víctima y autorrealizador no ha empobrecido las nociones de responsabilidad y voluntad, haciendo del yo contemporáneo o psíquico un ente por un lado demasiado irresponsable (por las disfunciones sufridas en la infancia) y por otro en exceso responsable (pues todo fracaso acaba siendo un fracaso del yo).

La creación de estándares emocionales

El gran sociólogo alemán Max Weber hizo un famoso y mordaz diagnóstico sobre cómo las sociedades modernas se dirigen sin remedio hacia el “desencanto”, la pérdida de fe y de significado. A su vez, el desencanto se debía a la racionalización de la conducta vital, es decir, al hecho de que en un número de ámbitos cada vez mayor la conducta se volvía metódica, ordenada y controlada por el intelecto. La actitud racionalizada toma el mundo como objeto de investigación, utiliza reglas sistemáticas, independientes del sujeto de conocimiento y, por lo tanto, deslegitima el saber adquirido de un modo epifánico, tradicional o intuitivo. Esta actitud menoscaba la legitimidad de conductas puramente expresivas e “inútiles”, como sacrificarse o defender el propio honor, y hace que nuestras acciones se centren, cada vez más, tanto

en el propio provecho como en los medios más eficaces para lograr nuestros objetivos y satisfacer nuestros intereses. Las instituciones de la ciencia, la tecnología y el mercado son las principales fuerzas que ordenan el mundo.

Sin embargo, este proceso hacia la racionalización no elimina todas las manifestaciones pasionales; más bien, según Weber, la pasión se desplazaría hacia algunas esferas específicas más concretas (el amor, la sexualidad o el arte).¹ Así, la teoría pesimista de Weber sobre la racionalización de la vida resultaba ligeramente atemperada por la teoría de que la vida emocional acarrea el peso, por así decirlo, de proporcionar a la gente el significado, el compromiso pasional y la plenitud que ya no se pueden expresar en los ámbitos públicos del intercambio económico o la investigación científica. Pero Weber no podía prever el triunfo de la psicología, de la cultura del consumo y de la popularización de la ciencia como fuerzas poderosas que darían forma a nuestra vida emocional. Después de la Primera Guerra Mundial, y de forma aún más

¹ Lawrence Alvin Scaff, *Fleeing the Iron Cage: Culture, Politics, and Modernity in the Thought of Max Weber*, Berkeley, University of California Press, 1991.

clara después de la Segunda Guerra Mundial, la racionalidad y la racionalización han conquistado el ámbito de la subjetividad y, especialmente, el de las emociones y la vida emocional.²

En la cultura *premoderna* —una palabra vaga e imprecisa para denominar el tejido moral tradicional y religioso que precedió a las culturas científicas y secularizadas, dominadas por el capitalismo consumista— la creencia más extendida era que los seres humanos tenían “alma”. Un alma, como una “psique” o un “subconsciente”, es una metáfora para referirnos a las personas. Las almas están por encima del cuerpo, son inescrutables, profundas, eternas, puras (o impuras), aspiran a lo divino. “¿Es verdad, Señor, que hay algo en mí que pueda abarcarte?”, pregunta San Agustín en un intento de definirse a sí mismo. En este sentido, las almas son infinitas y están profundamente relacionadas con el orden cósmico. Pero las almas pueden ser molestadas y distorsionadas por lo que la gente premoderna llamaba *las pasiones*, los fuertes impulsos que el cristianismo veía a veces como

² Eva Illouz y Shoshannah S. Finkelman, “And Odd and Inseparable Couple: Emotion and Rationality in Partner Selection”, en *Theory and Society*, vol. 38, n.º 4, julio de 2009, pp. 401-422.

los siete pecados capitales (orgullo, ira, lujuria, avaricia, pereza, gula, envidia). Estas pasiones eran el origen del mal del alma, pero se podían expurgar a través de actos de penitencia, la confesión, el arrepentimiento y la conversión, o el sacramento de la reconciliación. A pesar de ser infinitas e inmortales, las almas podían redimirse con acciones objetivas, rituales de salvación mediados y presenciados por sacerdotes o comunidades. La naturaleza de estos rituales tenía un carácter colectivo y litúrgico. Así, tanto las almas como las pasiones estaban incluidas en una visión moral del concepto de persona: todos y cada uno de los movimientos del alma conectaban a las personas con la creación y el propósito divinos, y con un sistema de principios morales y éticos. En este sentido, educar las emociones (las pasiones) era un elemento en la formación general del alma y el “carácter”, es decir, en la educación de la persona con el objetivo de formar parte de una comunidad humana y religiosa, promulgando (o contrastando) una visión de bondad y maldad, de condena y salvación. Compárese eso con el retrato de Michael Galpert, el propietario de una empresa tecnológica, tal como aparecía en un artículo reciente del *Financial Times*:

Michael Galpert se da la vuelta en la cama de su apartamento de Nueva York, mientras el despertador aún suena. El empresario de internet de 28 años de edad se quita la diadema que ha estado registrando sus ondas cerebrales toda la noche y estudia la gráfica de sus sueños profundo, ligero y REM. Se planta en el baño en un par de zancadas y se sube a su balanza digital, la que envía automáticamente su peso y su masa corporal a un archivo de datos en línea. Antes de comerse sus huevos revueltos con espinacas, toma una foto del plato con su móvil, que así archiva las calorías. Enciende su contador de kilometraje antes de subirse a la bici y conduce hasta la oficina, donde lo esperan unos documentos con otro tipo de informaciones [...]. Igual que un ingeniero analiza datos y ajusta las características para optimizar un programa de software, las personas recopilan y contrastan datos sobre las “entradas y salidas” de sus cuerpos para mejorar el rendimiento físico y mental. [...] Alguien del Reino Unido desenrolla una gráfica de casi cuatro metros que describe las fluctuaciones de su humor durante el año anterior [...]. Pasos, sudor, caféina, recuerdos, nervios y hasta los hábitos sexuales y los deta-

lles sobre sus citas: todo se puede calcular y puntuar como la media de un bateador de béisbol. Y si aún no existe ningún dispositivo o aplicación para controlarlo, sin duda aparecerá en los próximos años.³

Es fácil detectar lo radicalmente nuevo aquí: Galpert se relaciona con su propio yo como con una entidad comprensible, finita y regulable, no como con un abismo inescrutable; no ve su yo como una emanación de la intención divina, sino como un conjunto de fuerzas químicas y materiales que se pueden controlar. Se aprehende a sí mismo a través de dispositivos tecnológicos muy sofisticados, no a través de imperativos religiosos o éticos; las emociones y los estados de ánimo se convierten en cantidades cuantificables, no en sustancias que derivan o ejecutan preceptos divinos. El cuerpo y la mente tienen como único objetivo su propia salud y productividad, no el alcanzar la luz divina o el bien común; la acción de documentar y reparar el cuerpo y el estado de ánimo de

³ April Dembosky, "Invasion of the Body Hackers", en *Financial Times*, 10 de junio de 2011, disponible en línea: <<http://www.ft.com/intl/cms/s/2/3ccb11a0-923b-11e0-9e00-00144feab49a.html#axzz1PZfhO4AD>>.

uno mismo es completamente individualizada; el cuerpo y la mente aspiran a conseguir una mayor productividad, ya no son recipientes para la voluntad divina. El último punto, aunque quizá sea el más importante para el asunto que nos ocupa, es que el yo y sus emociones se han convertido en entidades estandarizadas, resultado de prácticas epistémicas y tecnológicas que aspiran a algún "medio" abstracto, un "objetivo estándar" que en principio puede alcanzar todo el mundo.

La estandarización de objetos, como árboles o zapatos, es fácil de comprender, pero parece mucho más esquivada y compleja la estandarización de yoes y emociones. ¿Qué significa estandarizar el yo y las emociones?

Las emociones son entidades fugaces y no siempre somos conscientes de ellas. Es más, tradicionalmente se han considerado la parte menos manipulable del yo, justo aquella que no se puede educar. Como decía Philip Roth en *Indignación*:

Había aceptado de buen grado trabajar para mi padre cuando se esperaba de mí que lo hiciera, y había aprendido obedientemente todo lo referente al oficio de carnicero que él

podía enseñarme. Pero jamás me enseñó a que me gustara la sangre, o ni siquiera mostrarme indiferente a ella.⁴

Las emociones se resisten –o al menos parece que se resisten– al aprendizaje, a las fuerzas externas, a la coerción. Y sin embargo, las instituciones modernas han conseguido profundizar en los recovecos de nuestra subjetividad y han estandarizado el yo emocional privado e individual.

Para estandarizar las emociones, primero hay que objetivarlas, convertirlas en objetos a los que mirar y etiquetar. También es necesario un mecanismo que obligue a la gente a alinearse alrededor de experiencias y estilos emocionales similares. Se necesitan técnicas para esa alineación de experiencias. En mi opinión, la principal fuerza cultural responsable de la objetivación y la estandarización de las emociones ha sido la psicología, tanto experimental como clínica, que al final del siglo XIX ha convertido a los seres humanos y sus emociones en objetos de conocimiento.

⁴ Philip Roth, *Indignación*, Barcelona, Mondadori, 2009 [traducción de Jordi Fibla].

Wilhelm Wundt, el psicólogo experimental alemán que tanto hizo para establecer la psicología experimental como disciplina, sostuvo que el alma de un hombre era irrelevante para la investigación sobre el ser humano: el objetivo de su investigación era el estudio de “la psicología sin alma”, porque los hombres (y suponemos que las mujeres también) debían entenderse a través de fenómenos concretos, objetivos y observables físicamente. No existía una entidad espiritual como el alma. Este enfoque experimental de los seres humanos permitió un nuevo punto de vista según el cual la gente tenía “personalidades” que podían ser observadas y tratadas de forma objetiva. Aunque la psicología clínica y la experimental solían contraponerse, tenían más en común de lo que parecía: para ambas la conciencia estaba desvinculada del “alma” y podía ser estudiada científicamente. Ambas consideraban, además, que con el conocimiento adecuado, el alma –ahora denominada *personalidad* o *psique*– podía controlarse y transformarse. Ambas creían en el poder de la ciencia para lograr la felicidad y el bienestar. La psicología experimental acabó convirtiéndose en la única forma científicamente legítima de psicología, pero la psicología clínica tuvo un

impacto cultural mayor: transformó radicalmente los modelos del yo a través del ideal médico de salud mental y bienestar.

A menudo pensamos en el psicoanálisis o la psicología como meros instrumentos terapéuticos para curar los problemas emocionales. Desde un punto de vista sociológico, son mucho más que eso: en efecto, son marcos institucionales y culturales que han dado forma a la vida emocional del siglo xx y la han estandarizado. Como grupo social y profesional, los psicólogos han penetrado en todas las esferas de las sociedades contemporáneas: organizaciones económicas (con teorías de gestión), medios de comunicación (véanse los infinitos debates en los que invitan a un "psicólogo" para discutir distintos problemas), modelos para criar a los niños en casa y en la escuela, intimidad y sexualidad (consejeros matrimoniales), el ejército (tratamiento de traumas), el Estado de bienestar (trabajadores sociales), programas de rehabilitación en las prisiones, religión (curas y rabinos siguen una formación psicológica para atender los problemas de sus feligreses), publicidad y marketing, e incluso conflictos internacionales (traumas de guerra o genocidio). De muchas maneras distintas, la terapia se ha difundido

mundialmente a una escala comparable (o incluso superior) a la del mercado. Ya sea con la forma introspectiva del psicoanálisis, la de un taller New Age de "cuerpo y mente", la de un programa de "entrenamiento en asertividad", o un taller de "inteligencia emocional", el enfoque terapéutico de los problemas y conflictos humanos ha conseguido un nivel excepcional de legitimidad cultural a través de una gran variedad de grupos sociales, organizaciones, instituciones y marcos culturales. El motivo es que la psicología ha entrado en el mercado, y ha convertido el bienestar y la salud mental en productos invisibles y poderosos, de manera tal que es la persona —su bienestar y sus emociones "reparadas"— lo que se produce y se consume simultáneamente. El proceso por el cual la psicología pasó a ser un producto puede pensarse en tres etapas sucesivas: primero se convirtió en un servicio vendido a individuos u organizaciones como escuelas o empresas —las consultas terapéuticas se convirtieron en un producto adquirido para conseguir bienestar o una mayor productividad—; después se desplazó al ámbito de la cultura popular, en el que pasó a ser consumida como cultura de autoayuda, en la literatura de consejos o en talleres, y, finalmente, la

psicología también se convirtió en parte de la industria del marketing y la publicidad, donde contribuyó a mejorar el control de esa nueva entidad llamada consumidor.

Los psicólogos se arrogaron (y se les concedió de buena gana) el derecho y la autoridad para hablar de una gran variedad de problemas sociales que afirmaban conocer a fondo. Pero diferían de otros expertos (como abogados o ingenieros) en que, al avanzar el siglo xx, fueron asumiendo cada vez más la vocación de guías en cualquier área, desde la educación y la crianza de los niños hasta el comportamiento criminal, los testimonios legales, el matrimonio, los programas de rehabilitación en las cárceles, la sexualidad, los conflictos raciales y políticos, el comportamiento económico, la moral de los soldados, etc. Desde el inicio de sus carreras profesionales, los psicoterapeutas se han dirigido a un gran público y, en el proceso, han transformado los conceptos establecidos en los ámbitos académicos, las asociaciones profesionales y las revistas especializadas. Esa popularización hizo que su estatus fuera ambivalente; oscilaba entre el de expertos y el de guías morales. Como expertos, se les atribuyó conocimiento técnico y neutral, mientras que, como guías

morales, daban instrucciones sobre los valores que debían marcar el comportamiento y los sentimientos. La literatura de consejos surgió de esta dualidad excepcional y le brindó al psicólogo la llave para entrar en el mercado.

En la década de 1920, la literatura de consejos era, como el cine, una industria cultural emergente, y acabaría siendo la plataforma más duradera para la difusión de las ideas psicológicas y la elaboración de normas emocionales. La literatura de consejos debe ser, por definición, de carácter general: es decir, debe usar un lenguaje similar al legal, que le confiera la autoridad necesaria para hacer afirmaciones similares a las afirmaciones legales. Este tipo de afirmaciones (por ejemplo: "Los celos son un síntoma de baja autoestima") descontextualizan las emociones y, en ese sentido, pueden aplicarse más fácilmente a una variedad de contextos sociales e individuales. El asesoramiento psicológico alcanzó tanta difusión precisamente porque tomó una forma teórica y general, hablando en términos de leyes universales de la psique. Además, si la literatura de autoayuda ha llegado a ser un producto de consumo habitual, se debe a que trata problemas variados, aunque encajándolos en un lenguaje y una fórmula estándares. Desde la compatibilidad

sexual a la crianza de los niños, los problemas planteados son tan diversos como las particularidades de las vidas individuales. Por último, si quiere dirigirse a varios segmentos de lectores, con valores y puntos de vista distintos, tiene que ser amoral, es decir, ofrecer una perspectiva neutra de los problemas relacionados con la sexualidad y la conducta de las relaciones sociales. El psicoanálisis y la psicología eran minas de oro para la industria del asesoramiento porque estaban envueltos en un aura científica, porque podían individualizarse y encajar en todas y cada una de las distintas individualidades, porque podían tratar una amplia variedad de problemas y permitir así la diversificación del producto, y porque parecían ofrecer, sobre temas tabú, la mirada desapasionada de la ciencia. Por este motivo, a partir de la década de 1960, las revistas femeninas ofrecían un gran número de cuestionarios psicológicos y tests con el objetivo de ayudar a las mujeres a “conocerse mejor a sí mismas”, para evaluar su compatibilidad con su pareja real o potencial, su personalidad en el trabajo, etc. Estos cuestionarios funcionaban como “cuadrículas” conceptuales para evaluar el yo y clasificar las emociones y las actitudes de cada persona en escalas numéricas. Con el mer-

cado de consumidores en expansión, la industria del libro y las revistas femeninas expandieron ampliamente estos instrumentos que evaluaban “objetivamente” el perfil emocional de cada persona y difundían la idea de que las emociones podían ser medidas, calculadas y controladas.

Los psicólogos también estaban presentes en el ámbito de la publicidad, de dos maneras principales: desde la década de 1920, servían como consejeros para la nueva profesión de publicista, buscando presentaciones de los productos que pudieran sacar provecho de los deseos inconscientes de los consumidores. Por otra parte, los publicistas usaban temas psicológicos para justificar la venta de sus artículos; por ejemplo, en 1931, una campaña para la empresa de chicles Wrigley sugería que los chicles proporcionaban “un trabajo facial [que] aliviaba el estrés y la ansiedad de la vida moderna, devolviendo la serenidad mental y el bienestar personal”.⁵ Los publicistas usaban miedos y otros asuntos de origen psicológico para promocionar una gran variedad de productos. En

5 Daniel Robinson, “Marketing Gum, Making Meanings: Wrigley in North America, 1890-1930”, en *Enterprise and Society*, vol. 5, nº 1, 2004, p. 31.

una línea similar, los artículos también podían presentarse de un modo más positivo, como si tuvieran el poder de ayudar a realizar los potenciales ocultos del yo, sobre los cuales los psicólogos cada vez eran más expertos. Como afirma Kathy Peiss en su estudio de la historia de la cosmética en América a principios del siglo xx:

Una mujer que no actualice su físico destruye las personalidades potenciales que, según los psicólogos, se esconden tras nuestros yoes habituales. Los términos psicoanalíticos empezaron a recorrer la prensa especializada. Quienes "son conscientes de su físico desfavorecido" sufren un complejo de inferioridad, juzgaba un psiquiatra. Pero la ayuda estaba literalmente a mano, prometía Everett McDonough, portavoz de la industria, porque "muchos casos neuróticos han sido curados aplicando un pintalabios con destreza".⁶

Los publicistas de productos de belleza a menudo se referían a nociones como el "inconsciente" o la "autoestima" para describir su trabajo, y "el

⁶ Kathy Peiss, *Hope in a Jar*, Nueva York, Henry Holt, 1998, p. 248.

simple acto de pintarse los labios o maquillarse se acercaba aún más a necesidades terapéuticas".⁷

Los experimentos y el argot psicológicos jugaban un papel crucial a la hora de ayudar a los publicistas a conceptualizar el consumo como un proceso emocional y psíquico. Es decir, el objetivo no era que los comerciales y publicistas aprovecharan las emociones "reales" de los consumidores, sino que concibieran el consumo como un acto emocional y ofrecieran los artículos como si estuvieran ligados a un conjunto de atributos emocionales. De esta manera, una cantidad creciente de productos comenzaron a venderse como experiencias emocionales, con el resultado de que los procesos de mercantilización estandarizaban no solo experiencias y bienes, sino también emociones. Complejos turísticos como el Club Med (que venden relax, diversión y aventura) o recopilaciones musicales que venden "nostalgia" o "deseos de amar" son formas de estandarización y mercantilización de las emociones.

La cuestión es que los publicistas y los empresarios de la cultura de la autoayuda utilizaron el argot de la psicología, se basaron en él y pusieron

⁷ *Ibid.*

en primer término la psique, sus conflictos y sus emociones como vías para dibujar el perfil de la nueva figura social emergente del “consumidor”, y para gestionar y controlar sus reacciones. De este modo, las emociones se convertían en una parte intrínseca de los mercados de consumo emergentes. Pero en el ámbito de la producción, el lenguaje de la psicología no resultó menos poderoso.

Desde principios del siglo xx, los directivos recurrían a los psicólogos clínicos y experimentales para encontrar soluciones al problema de la disciplina y la productividad en la empresa.⁸ Alrededor de la década de 1920, los psicólogos clínicos, muchos de ellos inspirados por las teorías psicodinámicas freudianas, tuvieron especial éxito en el ejército, ayudando a reclutar soldados o a curar traumas de la guerra, y las empresas emplearon a esos psicólogos para evaluar a los trabajadores y mejorar las relaciones laborales.

A través de tests de personalidad establecidos durante la primera década del siglo xx⁹ y que

8 Loren Baritz, *The Servants of Power: a History of the Use of Social Science in American Industry*, Middletown, CT, Wesleyan University Press, 1960.

9 Hugo Munsterberg, uno de los primeros psicólogos, a los que seguirían muchos más, que idearon tests para

han sido parte central de las organizaciones norteamericanas desde la década de 1920,¹⁰ los psicólogos han pretendido seleccionar a los candidatos más indicados para trabajos corporativos basándose en la hipótesis según la cual existe una fuerte conexión entre las características de la personalidad, el perfil emocional y el rendimiento en el trabajo. A través de categorizaciones y clasificaciones basadas en la psicología, el comportamiento emocional se impuso como criterio central para evaluar y predecir el comportamiento económico.¹¹

trabajadores, empezó, casi por su cuenta, con el sector del asesoramiento en orientación profesional (véase su obra *Psychology and Industrial Efficiency*, Boston y Nueva York, Houghton Mifflin Company, 1913).

10 Andrew Abbott, *The System of Profession: An Essay on the Division of Expert Labor*, Chicago, University of Chicago Press, 1988, p.149.

11 Los tests de personalidad se han extendido tanto que puede decirse que son a las emociones lo que los exámenes de selectividad son al capital cultural: una manera de acreditar, legitimar y autorizar un modo determinado de gestionar los sentimientos. Hoy en día existen 25 000 tipos de tests de personalidad, y la realización de tests se ha convertido en una industria de cuatrocientos millones de dólares. De las cien empresas más importantes recogidas en la revista *Fortune*, 89 utilizan tests de personalidad para contratar y formar trabajadores. Annie Murphy Paul, *Cult of Personality*, Nueva York, Free Press, 2004.

Elton Mayo –fundador de Human Relations Movement, que convirtió la gestión de empresas en una ciencia– aplicó las herramientas conceptuales de la psicología clínica experimental en los trabajadores, cuyos sentimientos pasaron a ser el principal objeto de las técnicas de gestión. Seguido luego por una plétora de teóricos de la gestión, Mayo ofreció un lenguaje (de personas, emociones, motivaciones) que resultaba capaz de dar significado a las transformaciones de gran escala a las que el empleo en América se veía sujeto en aquella época. La jerarquía corporativa empezó a exigir una orientación para el manejo tanto de las personas como de los productos, y la coordinación y la cooperación de la gente se convirtieron en “problemas”: ¿cómo se consigue que la gente trabaje de forma más eficiente? ¿Cómo se gestiona el personal para obtener un mayor y mejor rendimiento? Esas eran las preguntas que los psicólogos respondían utilizando sus modelos de la psique y las emociones.

Donde los capataces de las pequeñas fábricas habían utilizado violencia y gritos, los psicólogos aconsejaban contención emocional. El nuevo gerente necesitaba legitimar su estatus de un modo distinto: personificando la eficiencia,

la racionalidad y la contención emocional. La racionalidad exigía un alto control de los sentimientos; especialmente, de la ira y otras emociones negativas como la envidia, los celos y la venganza. Además, también se imponía fuertemente una actitud alegre porque facilitaba la cooperación. El espíritu de equipo, el optimismo, la alegría, la empatía hacia los demás pasaron a considerarse, en aquel momento, los atributos de un buen gerente. Desde la década de 1930 hasta la de 1970, populares psicólogos escribieron guías de gestión en las que elaboraron distintas teorías que convergían alrededor de un modelo cultural predominante: el de la “comunicación”. Comunicar bien se ha convertido en la prerrogativa de un buen gerente, profesor o marido. Según esos teóricos de la gerencia y psicólogos populares, comunicar bien exige que nos evaluemos a nosotros mismos “objetivamente”: es decir, significa entender cómo nos ven los demás, e implica emprender un trabajo de introspección bastante complejo que lleva a tomar conciencia de nuestras emociones y darles nombre para evaluar y comparar la imagen que tenemos de nosotros mismos con la que los demás tienen de nosotros. Ser un buen comunicador significa, también, ser capaz de

interpretar el comportamiento y las emociones de los demás, y empatizar con ellos. La autoconciencia va de la mano de la necesidad de identificarse con los demás y escucharlos. La capacidad de escuchar a alguien, de transmitir las propias intenciones y lo que se quiere decir, se consideran cualidades cruciales para evitar conflictos y crear cadenas de cooperación. La "comunicación" inculca técnicas y mecanismos tanto para manipular a los demás como para proveerles de "reconocimiento social", ya que la persona debería advertir y aceptar los sentimientos de los demás. Estas técnicas representan una habilidad aplicable en una gran variedad de contextos sociales, desde el doméstico al internacional, pasando por el político. Se supone que la comunicación impulsa la cooperación, evita o resuelve los conflictos, facilita las relaciones íntimas y profesionales, ayuda a defender los propios intereses y a "reconocer" simultáneamente los de los demás, ya sean hijos, cónyuges o colegas.

El ideal de "comunicación", masivamente promovido en las relaciones económicas, íntimas y paternofiliales, transformó y estandarizó la vida emocional alrededor de unos cuantos elementos clave: las emociones debían verbali-

zarse e intelectualizarse constantemente, es decir, debían ser objeto de introspección y comprensión. Las emociones negativas, como la ira o la envidia, debían superarse para experimentar emociones positivas. Las emociones extremas debían prohibirse a favor de una actitud temperada, en la cual la autonomía y el cuidado se equilibrasen con armonía. Los temperamentos flexibles y dúctiles resultaban privilegiados, porque la flexibilidad predisponía a la cooperación. La expresión de las emociones tenía que estar siempre sujeta al imperativo de defender y preservar el interés propio. Debido a la importancia que se otorgaba a las emociones y a la personalidad en el proceso del trabajo y la cooperación, los criterios que conducían a la colaboración humana se estandarizaron cada vez más. No solo la "personalidad" sino también el "perfil emocional" podían ser etiquetados, gestionados y convertidos en una serie de características estables y predecibles, que eran medibles en términos de compatibilidad con determinadas tareas dentro de la empresa.

La idea de que las emociones influyen en la competencia (profesional y social) no ha sido nunca tan evidente como en la tan extendida noción de *inteligencia emocional*, que, más que

otras, conecta de modo explícito gestión emocional, rendimiento económico y éxito social. De acuerdo con esta noción, el perfil emocional, por subjetivo que sea, puede ser evaluado de modo objetivo, lo que habilita comparaciones entre las personas según sus capacidades emotivas.

Cuando apareció la idea de inteligencia emocional en la década de 1990, arrasó por completo en las empresas y la cultura norteamericanas en su totalidad y, más adelante, también en las empresas de todo el mundo. En seguida se convirtió en un nuevo instrumento para evaluar el rendimiento laboral. Con ella, los psicólogos podían entonces descubrir en el mundo características que ellos mismos habían ayudado a crear, es decir, el hecho de que las emociones se pudieran usar para evaluar a la gente. La noción de inteligencia emocional sostiene que la manera en que gestionamos nuestras emociones refleja los aspectos esenciales de quiénes somos, y que las emociones pueden ser moneda de cambio para el liderazgo. En este sentido, podemos decir que la inteligencia emocional marcó el final de un largo proceso en el que las emociones fueron utilizadas para conformar identidades y roles económicamente productivos. Una persona emocionalmente inteligente tiene, ahora, caracte-

terísticas emocionales reconocibles: control emocional —sobre todo control de la ira—, capacidad para reconocer las propias emociones y usarlas para defender y ampliar el propio interés, capacidad para reconocer las emociones ajenas y usar esta comprensión para promover la cooperación, y capacidad para resolver problemas. En resumen, una persona emocionalmente inteligente nunca deja que sus emociones la superen y es capaz de centrarse en el proceso laboral y en la cooperación con los demás. La inteligencia emocional se ha convertido en un instrumento de clasificación de trabajadores y tiene importantes efectos prácticos: homogeneiza el perfil emocional de las personas, al hacerlas asistir a talleres de inteligencia emocional para modificar conscientemente su comportamiento de manera que encajen en estas nuevas directrices culturales. Homogeneiza las prácticas emocionales orientadas a preparar a los niños para el trabajo y a proporcionarles las herramientas para manipular y monitorear sus emociones. La inteligencia emocional y la comunicación son intercambiables en la medida en que ambas contienen el mismo punto de vista sobre una emocionalidad orientada al cooperativismo y la eficiencia. El ideal de comunicación, predomi-

nante en todos los ámbitos de nuestra cultura es una forma de emocionalidad clave para el comportamiento económico. Veamos dos ejemplos de literatura empresarial sobre este tema:

En trabajos de complejidad media (vendedores, mecánicos), quien rinde más es doce veces más productivo que los trabajadores a la cola y el 85% más productivo que un trabajador con un rendimiento medio. En los trabajos más complejos (vendedores de seguros, contables), el trabajador que más rinde es un 127% más productivo que un trabajador con un rendimiento medio. Investigaciones sobre competencia en más de doscientas empresas y organizaciones de todo el mundo señalan que aproximadamente un tercio de esta diferencia es debido a habilidades técnicas y cognitivas, mientras que dos tercios son debidos a la competencia emocional (en las posiciones directivas más elevadas, más de cuatro quintas partes de la diferencia son debidas a la competencia emocional).¹²

¹² J. E. Hunter, F. L. Schmidt y M. K. Judiesch, "Individual Differences in Output Variability as a Function of Job Complexity", en *Journal of Applied Psychology*, vol. 75, 1990, pp. 28-42.

En L'Oréal, los vendedores seleccionados sobre la base de determinadas competencias emocionales venden más que los vendedores escogidos sobre la base del antiguo proceso de selección de la empresa. Cada año, los vendedores seleccionados sobre la base de su competencia emocional venden 91 370 dólares más que otros vendedores, con un incremento neto de 2 558 360 dólares. Los vendedores seleccionados sobre la base de su competencia emocional también tuvieron un 63% menos de rotación durante el primer año que los seleccionados con el proceso típico.¹³

La inteligencia emocional se usa para predecir y controlar la productividad económica y para clasificar de un modo nuevo a la gente a cargo de la producción. Utiliza lo que Espeland y Stevens denominan *commensuración*, una métrica común para estandarizar y comparar diferentes objetos con el fin de establecer equivalencias (simbólicas y/o materiales) entre ellos.¹⁴ En este

¹³ L. M. Spencer Jr. y S. Spencer, *Competence at Work: Models for Superior Performance*, Nueva York, John Wiley and Sons, 1993.

¹⁴ Wendy Espeland y Mitchell Stevens, "Commensuration as a Social Process", en *Annual Review of Sociology*, vol. 24, 1998, pp. 313-343.

caso, la equivalencia que se pretende construir es entre trabajos y personas. La capacidad emocional se ha convertido en un criterio formal para evaluar y cuantificar competencias; se ha creado así un sistema de equivalencias entre las emociones y el rendimiento profesional, medido casi exclusivamente en términos económicos. El sistema de equivalencias que la noción de *inteligencia emocional* ha hecho posible sugiere un proceso de cosificación y estandarización emocional sin precedentes, porque la inteligencia emocional permite adscribir un valor monetario al perfil emocional de cada uno,¹⁵ e incluso convertir uno en el otro.

Uno de los aspectos más originales y distintivos de la economía del siglo xx es el hecho de que la persona y sus emociones se han convertido en el objetivo de una industria que vende salud mental, autorrealización, bienestar y un ideal de perfil emocional. Lo que tienen en común los psicólogos, las terapias New Age, los talleres, los libros de autoayuda, el *coaching* y la

¹⁵ Nótese que este argumento difiere del importante trabajo de Hochschild sobre la mercantilización del yo. En su obra es el comportamiento emocional, no el perfil emocional, lo que se mercantiliza. Véase Arlie Russell Hochschild, *La mercantilización de la vida íntima*, Buenos Aires, Katz, 2008.

medicación psiquiátrica es su uso de un conocimiento experto (psicológico, farmacéutico, genético) para efectuar un cambio emocional, como, por ejemplo, reducir el estrés o la ira, proporcionar bienestar, aumentar la intimidad en la pareja, proporcionar seguridad en uno mismo, reducir los sentimientos de vulnerabilidad y fragilidad o aumentar la autoestima. El ideal de competencia emocional y de salud emocional activa poderosas maquinarias e industrias económicas cuyo producto estrella es “la persona”. Estas industrias utilizan modos estandarizados de conocer y evaluar a las personas para proporcionar técnicas que les permitan procesar y tratar el sufrimiento y el conflicto humano. Este tipo de producto está creado mediante sistemas de conocimiento; toma a la persona como su objeto y, en teoría, puede reciclarse y consumirse nuevamente sin fin. Se consume y se vuelve a consumir porque existen unos ideales indefinidos de salud y de competencia emocional siempre crecientes que han estandarizado el alma.