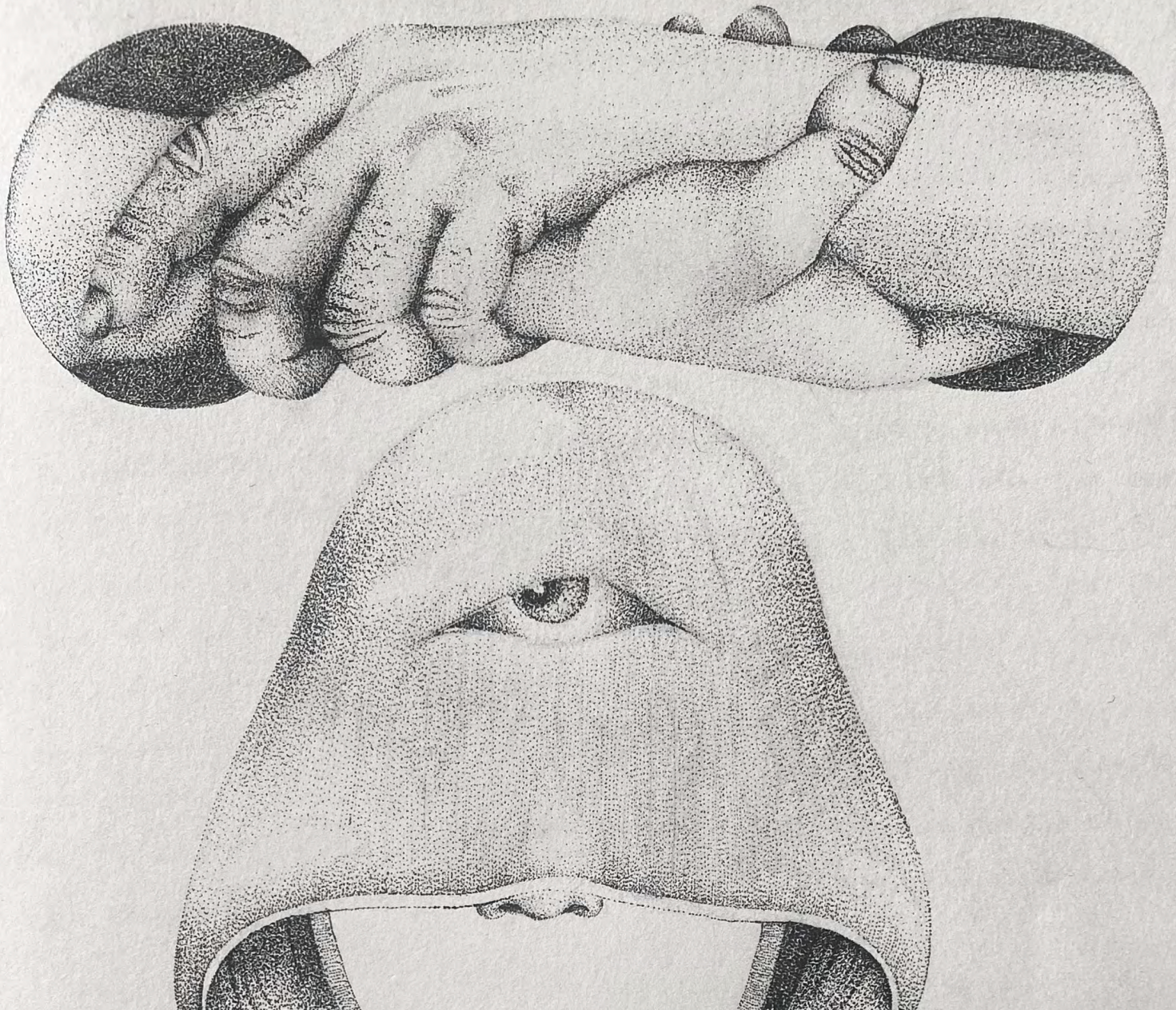


TEXTO: VANINA PAPALINI

CULTURAS TERAPÉUTICAS Y SUBJETIVIDADES EN EL CAPITALISMO ALGORÍTMICO



Las culturas terapéuticas son amalgamas de discursos, saberes legos y expertos, prácticas y creencias científicas y religiosas que conciben el malestar subjetivo y la dolencia física como sufrimiento inaceptable o solo admisible en niveles muy bajos. Comprenden un conjunto de nociones del campo científico popularizadas,¹ tales como psicología y neurociencias, así como saberes y creencias de la Nueva Era. Procurando estar bien sin restricción alguna, incorporan una amplia variedad de recursos tales como terapias alternativas, prácticas tradicionales, nutrición, educación física y actividades asociadas al *wellness*, que pueden solaparse o ser contradictorios entre sí.² Las culturas terapéuticas forman parte del proceso de subjetivación orientado al cuidado del sí mismo para lograr un estado permanente de satisfacción, considerándolo asequible bajo cualquier condición y ante cualquier circunstancia. Las culturas terapéuticas son reactivas a toda forma de padecimiento o malestar.

Se las define como culturas en orden a su extensividad –no son privativas de un cierto sector social ni de un grupo de edad determinado, aunque tienen mayor pregnancia en los sectores socioeconómicos medios y altos, y entre los jóvenes y adultos jóvenes. Contribuye a su desarrollo la vulgarización de saberes, técnicas y recursos de apoyo subjetivo inmediatamente disponibles en las sociedades, a los que se accede sin la intervención de un dispositivo experto. Son, también, un contenido popular de las redes sociales.

Como contracara de la normalización del perenne bienestar, estas culturas tienden a la ampliación del rango de lo que se considera *patológico*: tanto la enfermedad como la vejez o la fealdad, y la tristeza, la angustia o la timidez, pueden para las culturas terapéuticas actuales ser concebidas como anomalías o estados no deseados. Abarcan no solo aspectos físicos –fundamentales en términos de imagen personal– sino, principalmente, disposiciones socioefectivas y capacidades interaccionales.

La conjunción de factores promovidos y censurados establece unos estándares sumamente exigentes: se ha llamado la atención en la preocupación por la apariencia, el juvenilismo y la salud, que repercuten en la importancia otorgada al trabajo corporal, la nutrición o la refiguración física así como en el tratamiento, muchas veces psiquiátrico, de nuevos padecimientos psíquicos.

Me propongo poner en discusión el papel que juegan en estas culturas los *influencers* y su relación con las

generaciones más jóvenes. Para entender el escenario actual, es necesario retomar brevemente precedentes que se remontan a la década de 1970. Desde entonces, asistimos al reemplazo de los modelos de bienestar provistos por el Estado hacia formas de gobierno de las poblaciones individualizadas, desreguladas, flexibles y autogestionadas. La racionalidad política neoliberal enfatiza la necesidad de que sean los propios individuos quienes se aseguren personalmente la provisión de determinados bienes y servicios. Ya hacia 1990, las lógicas biopolíticas reemplazaron el progreso y el desarrollo colectivo por objetivos módicos e individuales como el *wellness* y la autorrealización.

Las lógicas neoprudencialistas³ (O'Malley, 1996) endosan la responsabilidad al propio sujeto, interpelando su autonomía y singularidad. El ideal de felicidad también se personaliza; es entendido como una amalgama de éxito y bienestar psicofísico. El desarrollo personal demanda una porosidad abierta a las demandas siempre cambiantes del entorno; un *saber-ser* instrumental que se asienta en la polivalencia y la flexibilidad, la capacidad para aprender y adaptarse, la capacidad de generar confianza, de comunicarse, de autorregularse.⁴ Este modelo, desanclado de las condiciones y los contextos, es autocentrado y omnipotente en el sentido en que solicita al sujeto que resuelva, a partir de resortes personales, situaciones que lo exceden largamente, ocultando la relación con sus condiciones objetivas. Al mismo tiempo, este proceso de subjetivación tiende a volverlo solícito, dócil ante las demandas que no son otra cosa que la manifestación de dimensiones sociales estructurales.

No me extenderé en conceptos que ya he desarrollado.^{5 6 7} Solo quiero retener la idea de que la auto-transformación se presenta como única salida al conjunto de problemas que conciernen al sujeto: aunque nada haya cambiado, bastaría con que el sujeto cambie para que su situación se modifique.

Conviene retener que la noción de *cambio*, en el neoliberalismo, indica adaptación más que transformación. Lejos de suponer revoluciones (subjetivas u objetivas), se trata de dar salida a una crisis, pero esta no necesariamente es raigal, profunda ni definitiva. Incluso el cambio podría conducir a situaciones peores de las que lo impulsaron: dado que la solución suele ser superficial, el problema podría subsistir, enmascarado. Sin embargo, se postula como *actitud* la flexibilidad, que no es otra cosa que la adaptación constante a nuevas condiciones, es decir, un cambio permanente, con una ingente inversión de energía emocional. Aunque

permanezcan ocultos en la prédica automotivadora, la aptitud y la disposición para cambiar dan por sentado los escenarios de inestabilidad e incertidumbre.

Esta inclinación al cambio solicita además un estado de apertura y desapego constantes, la capacidad de desprenderse de tradiciones y arraigos. Es necesario prepararse para deshacerse de lo que muchas veces constituye la historia personal o familiar, pertenencias o afectos, pesos que anclan al pasado e impiden encaminarse hacia lo nuevo. Sin embargo, para poder viajar ligeros, muchas veces se echa mano a otras ataduras que Martuccelli⁸ llama *soportes*. Algunos son invisibles porque son socialmente legítimos, como la ilusión de exigencia que remeda el modelo del empresario exitoso; otros son blandos, como terapias de autoconocimiento o rituales de sanación. Existen también soportes basados en consumos recurrentes (el ejercicio, la compra compulsiva) o problemáticos, como la ludopatía o las adicciones a sustancias psicoactivas, legales o ilegales. Estos apoyos son requeridos cada vez más tempranamente, pero ahora el riesgo y la incertidumbre no tienen que ver con los mismos procesos sistémicos ni con las mismas amenazas.

Influencers: la faz algorítmica

El universo laboral neoliberal caracterizado por su extrema flexibilidad está lejos de tratarse del reino de la libertad: es producto de un proceso político, jurídico, social y económico de flexibilización y precariedad, que aniquila rutinas y esquemas laborales fijos y tiende a la desaparición del afianzamiento de una trayectoria laboral, la estabilidad del trabajo y la pertenencia duradera a grupos u organizaciones –lo que Castel⁹ denominó hace décadas individualismo negativo o desafiliación– arrancando al sujeto de núcleos socioafectivos estables y desorganizando tiempos y espacios. Afecta, por ello, los vínculos: familia, sociabilidades ligadas al lugar de residencia o trabajo, organizaciones colectivas y asociaciones, etc.

No obstante, para las generaciones que ingresan en el mercado de trabajo en la última década, existen otros corrimientos. El paradigma del nuevo trabajo es la actividad de producción de contenidos, la cual abarca un número muy significativo de tareas del sector de la información.¹⁰ No son solo los *influencers* pero esta es su expresión emblemática. Estas actividades resultan continuidad de las aficiones: el *hobby* no es pensado inicialmente como trabajo. Además, el *branding* unifica dimensiones: publicidad de marcas, a cambio de la vida personal expuesta como marca. ¿Qué es trabajo y qué no para los y las *influencers*? Las demarcaciones son lábiles; la demanda de contenidos toma como material la persona y su vida, excediendo lo que en el modelo neomanagerial era flexibilidad de rutinas o espacios laborales. El vuelco hacia los seguidores en busca de su aceptación, su *like*, es total. En el desagrado o abandono, y los comentarios de *haters*, constituyen la nueva faz represiva.

Los *influencers* son nuevos *empresarios de sí mismos*, que toman al *self* como empresa¹¹ y a su propia vida como mercancía simbólica. Los *social media* ofrecen abundante información sobre los diferentes aspectos de la personalidad influyente, así como sobre actitudes y estados anímicos. Este nuevo orden de lo que podríamos designar con el oxímoron *espectáculo íntimo* es reticular y se despega cada vez más del mundo productivo. Ello no quiere decir que no genere dinero ni demande esfuerzo; la ganancia no está en la relación tiempo-producción (*Time is money*) sino en función de la magnitud de la audiencia, es decir, *Like is money*.

En su faz proactiva, el gestor de contenidos no tramita su vida en pos del éxito individual sino que necesita imperativamente del aval de otros como condición para monetizar su actividad. Es *influencer*, pero solo en la medida en que es también *influido*. Mantiene una doble dependencia con patrocinadores y seguidores de una manera más evidente que en el modelo de la industria cultural. A mi juicio, hay dos grandes diferencias con lo que Adorno y Horkheimer¹² postularon: la primera es el contenido, que en este caso es el sí mismo. La segunda es la participación del *médium tecnológico* como un actante pleno (faz algorítmica) y no como un mero canal o estructura productiva.

En *Constructos Flatline*, Fisher¹³ propone una explicación cibernética de la subjetividad: el sí-mismo ya no puede distinguirse de la multiplicidad de circuitos que lo atraviesan. Señala que la subjetividad ya no es una dimensión auténtica, interior e individual, sino una producción artificial. Para Fisher, el yo se convierte en un constructo que se puede diseñar, simular o programar con tecnologías. Los algoritmos no intentan convencer racionalmente: afectan, “pinzan”, capturan antes de que se produzca el pensamiento. Dado que no hay interioridad pura, solo flujos exteriores que atraviesan el yo y producen la sensación de ser alguien, los acontecimientos no se registran a nivel racional o consciente, sino afectivo: sucede un “pinzamiento no consciente” (p.100).

La caracterización del *capitalismo comunicativo*¹⁴ propone que los estímulos actúan sobre el plexo afectivo antes de que podamos racionalizarlos, en sistemas cerrados: lo que sentimos alimenta el sistema, y el sistema nos devuelve más estímulos amplificados, continuando *ad infinitum*. Según Fisher, esta afectación no apunta a la satisfacción, sino que tiende a convertirse en un estado, es decir, a ser permanente. Indica que la subjetividad se encuentra afectada, moldeada o presionada sin resistencia; se activa directamente sobre el cuerpo, la atención y los deseos.

Aunque para quien suscriba teorías de la subjetividad estructuralistas y posestructuralistas no existe una subjetividad auténtica, original e individual, es relevante la incorporación del actante tecnológico en el proceso de subjetivación, entendiendo su funcionamiento como más o menos automático, programado, sin intervención directa de sujetos. Me es difícil imaginar un yo de diseño, programado, que al mismo tiempo sea fundamentalmente afectivo, porque los afectos se demarcan constantemente de cualquier arquitectura fija, pero suscribo la descripción de las nuevas formas de sentir, más intensas, rápidas, inestables y abstractas, y la presencia de nuevas formas de afectación y simulación.

Dado que los procesos de subjetivación son anteriores al sujeto y lo constituyen, raramente pudieran ser conscientemente advertidos o racionalmente mediados. La vigilancia racional no garantiza la autonomía, un dispositivo tecnológico no puede capturar totalmente el deseo, ni el universo virtual agota la experiencia. A pesar de estos desacuerdos, Fisher acierta al llamar la atención sobre procesos de subjetivación inéditos. Lo que está sucediendo produce crujidos poderosísimos y nos interpela.

Crisis tempranas

Las culturas terapéuticas encuentran así nuevos dispositivos. Niños, niñas y adolescentes adhieren a *influencers* notorios, emulándolos en virtud de las recetas, consejos o recomendaciones que ellos mismos proporcionan. Estos ideales del yo contruidos algorítmicamente, reforzados en

su popularidad por los *likes* –nunca sometidos a la prueba de lo real– propician estigmatizaciones cada vez más temprana: quien se distancie de estos modelos corre el riesgo del rechazo. De este modo, se establece un nuevo baremo de éxito basado en la popularidad y en la acumulación de validaciones virtuales, en lugar de en la formación de vínculos significativos. Esto transforma la percepción de identidad y pertenencia, generando presiones que pueden afectar el desarrollo emocional y social de niños, niñas y jóvenes.

Gran parte del debate en torno a los *social media* apunta en definitiva a los procesos de subjetivación, en la tensión yo–otros, y se traduce fuera del universo de las redes en la dificultad de interactuar. *Bullying*, cancelación, virginidad, desconstrucción identitaria y de género, fluidez, responsabilidad emocional, *followers* y *haters*, son tópicos cuya relevancia contemporánea es inédita. Los nuevos modelos del yo son, como hemos visto, fruto del capitalismo algorítmico. La subjetivación producida refuerza el proceso de patologización creciente, al mismo tiempo que acentúa la desvinculación social.

Ya sea por efecto de las culturas terapéuticas, que amplían el rango de lo patológico, como por la virtualidad que desancla a los sujetos de las interacciones físicas, los trastornos y el sufrimiento subjetivo aparecen precozmente. Psiquiatras y psicólogos infantojuveniles detectan, a partir de los 11 años, niñas, niños y adolescentes que recurren a chatbots como ChatGPT, Claude o Gemini para buscar respuestas a un amplio abanico de padecimientos en salud mental, tales como ansiedad, trastornos de la alimentación, iniciación sexual, depresión, problemas familiares o vínculos. Evidentemente, a estos grupos de edades tempranas les

resulta difícil interpretar las acciones de los otros o vincularse; la interacción disminuida, mediada, limitada, se vuelve una esfera ininteligible para estas generaciones, que encuentran riesgos potencialmente altos en establecer contactos. El peligro para el yo está, como nunca antes, en los otros y las otras, que podrían desgarrar esta subjetividad fragilizada e inestable. Entonces buscan salidas y orientación en el mismo lugar en el que socializan.

El problema se refuerza por el tipo de solución adoptada. ¿Puede sorprendernos? Son hijos e hijas de la prédica del individuo autosuficiente capaz de autotransformarse. Las culturas terapéuticas solo proporcionan respuestas estereotipadas que no pueden reemplazar la experiencia vincular. Pero saberlo no alcanza. El padecimiento nos obliga a mejores análisis y mejores respuestas.

1 Illouz, E. (2010). *La salvación del alma moderna*. Katz.

2 Papalini, V. (2014). Culturas terapéuticas: de la uniformidad a la diversidad. *Methaodos*, 2(2), 212-226.

3 O'Malley, P. (1996). Risk and Responsibility. In A. Barry; T. Osborne and N. Rose (eds.). Foucault and Political Reason *Liberalism, neoliberalism and rationalities of government*. University of Chicago Press.

4 Boltanski, L. y Chiapello, È. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Akal.

5 Papalini, V. (2015). *Garantías de felicidad*. Adriana Hidalgo.

6 Papalini, V. (2018). De la máquina perfecta al empleado amigable. En I. Gutiérrez Giraldo Isabel (comp.) *Procesos de Subjetivación y Control* (pp. 77-100). Universidad del Valle, Facultad de Ciencias de la Administración.

7 Papalini, V. y Echavarría, C. (2016). Los significados contrapuestos del bienestar: de la felicidad al wellness. *Ensamble*, 4/5, 35-53.

8 Martuccelli, D. (2007). *Gramáticas del individuo*. Losada.

9 Castel, R. (2002). *La metamorfosis de la cuestión social*. Paidós.

10 Zukerfeld, M. (2020) Bits, plataformas y autómatas. Las tendencias del trabajo en el capitalismo informacional. *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 4(7), 1-50.

11 Rose, N. (1990). *Governing the Soul*. Routledge.

12 Adorno T. y Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la Ilustración*. Trotta.

13 Fisher, M. (2022). *Constructos flatline*. Caja Negra.

14 Ídem.