

El capitalismo de la emoción

Hoy se habla de sentimiento o de emoción de una manera creciente. En muchas disciplinas se investigan las emociones. De repente, tampoco el hombre es un *animal rationale*, sino un ser de sentimientos. Pero apenas se cuestiona de dónde proviene este repentino interés por las emociones. Las investigaciones científicas sobre las emociones no reflexionan sobre su propia actividad. A estas se les oculta que la coyuntura de la emoción está relacionada principalmente con el proceso económico. Además impera una total confusión de conceptos. En unas ocasiones se habla de emoción, en otras de sentimiento o de afecto.

El sentimiento no es equivalente, no es idéntico a la emoción. Hablamos por ejemplo de la intuición lingüística, del toque de balón o de la com-

pasión.* No existen los términos «emoción-lingüística» o «con-emoción». Tampoco los términos «afecto-lingüístico» o «con-afecto». También el duelo es un sentimiento. Hablar del *afecto del duelo* o de la *emoción del duelo* suena extraño. Tanto el afecto como la emoción representan algo meramente subjetivo, mientras que el sentimiento indica algo objetivo.

El sentimiento permite una narración. Tiene una longitud y una anchura narrativa. Ni el afecto ni la emoción son narrables. La crisis del sentimiento que se observa en el teatro actual es también una crisis de narración. El teatro narrativo del sentimiento cede hoy ante el ruidoso *teatro del afecto*. A causa de esta ausencia de narración, el escenario se carga de una masa de afectos. Frente al sentimiento, el afecto no abre ningún *espacio*. Se busca una *pista* lineal para descargarse. También el medio digital es un medio del afecto. La comunicación digital facilita la *repentina* salida de afectos. Ya solo por su temporalidad, la comunicación digital transporta más afectos que sentimientos. Las *shit-*

* El autor hace referencia a tres términos compuestos en los que aparece el término alemán *Gefühl*, que traducimos por sentimiento: intuición lingüística (*Sprachgefühl*), toque del balón (*Ballgefühl*) y compasión (*Mitleid*). (N. del T.)

*storms** son corrientes de afecto. Son características de la comunicación digital.

El sentimiento es *constatativo*. Por eso se dice «tengo el sentimiento de *que...*». Por el contrario, no es posible decir «tengo el afecto o la emoción de *que...*». La emoción no es *constatativa*, sino *performativa*. Remite a acciones. Además, es intencional y finalista. A menudo el sentimiento de angustia no tiene un objeto concreto. En esto se distingue del miedo, que tiene una estructura intencional. Tampoco la intuición lingüística es intencional. Su no-intencionalidad se distingue de la *expresión* lingüística, que es *expresiva*, es decir, *emotiva*. También es posible una compasión cósmica, un sentimiento oceánico del mundo que no está dirigido a una persona determinada. Ni la emoción ni el afecto adquieren la amplitud que caracteriza al sentimiento. Son una expresión de la subjetividad.

El sentimiento tiene otra temporalidad que la emoción. Permite una *duración*. Las emociones son esencialmente fugaces y más breves que los sentimientos. Frente al sentimiento, la emoción no representa ningún *estado*. La emoción no se

* Literalmente «tormenta de mierda» en el sentido de «tormenta de indignación en un medio de internet». Cf. B.-C. Han, *En el enjambre*, Barcelona, Herder, 2014, p. 15. (N. del E.)

detiene. No hay una *emoción de quietud*. En cambio, sí se puede pensar en un *sentimiento de quietud*. La expresión «estado de emoción» suena paradójica. La emoción es dinámica, situacional y performativa. El capitalismo de la emoción explota precisamente estas cualidades. El sentimiento, por el contrario, no se deja explotar por carecer de performatividad. Tampoco el afecto es performativo, sino más bien eruptivo. Le falta la *orientación performativa*.

El *ambiente* se distingue tanto del sentimiento como de la emoción. Incluso posee más objetividad que el sentimiento. Un espacio puede estar ambientado de un modo o de otro. El ambiente expresa un *ser- así*. Las emociones surgen precisamente al desviarse del *ser- así*. Un lugar, por ejemplo, puede irradiar un ambiente cordial. Se trata de algo totalmente objetivo. No hay, por el contrario, una emoción o un afecto cordial. El ambiente no es ni intencional ni performativo. Es algo *donde uno se encuentra*. Representa un *estado de ánimo*. Es, en consecuencia, *estático y consuetudinario*, mientras que la emoción es *dinámica y performativa*. No el *dónde* del estado de ánimo, sino el *adónde* caracteriza a la emoción. Y el *para qué* constituye al sentimiento.

En su libro *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*, Eva Illouz no da ninguna res-

puesta a la pregunta de por qué los sentimientos experimentan una coyuntura semejante en los tiempos del capitalismo. Además, no establece ninguna distinción conceptual entre sentimientos y emociones. Y no tiene mucho sentido situar en las fases iniciales del capitalismo la pregunta por los sentimientos en los tiempos de capitalismo:

La ética protestante de Weber contiene, en su núcleo, una tesis sobre el papel de las emociones en la acción económica, dado que es la angustia lo que provoca una divinidad inescrutable que subyace en la actividad vertiginosa del empresario capitalista.³³

El «afecto de la angustia» es un falso concepto. La angustia es un sentimiento. Le es propia una temporalidad que no es compatible con el afecto. Es un estado constante. Carece, por tanto, de la permanencia que caracteriza al sentimiento. Precisamente, el sentimiento constante lleva a una actividad empresarial incesante. Y el capitalismo que analiza Weber es un capitalismo ascético de la acumulación, que más bien sigue a la lógica racional que a la emocional. No tiene,

33. E. Illouz, *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*, Buenos Aires, Katz, 2007, p. 11.

por tanto, un acceso al capitalismo del consumo, que capitaliza emociones. Además, en el capitalismo del consumo se venden significados y emociones. No el valor del uso, sino el valor emotivo o de culto es constitutivo de la economía del consumo. Illouz tampoco explica por qué en el capitalismo de la producción inmateral las emociones adquirieren mayor relevancia. Es ahora cuando la emoción se convierte en medio de producción.

Illouz hace referencia a que el núcleo de la sociología de Durkheim es la solidaridad, un «haz de emociones» que liga a los actores sociales con los símbolos centrales de la sociedad. Resumiendo, constata lo siguiente:

Por más que no sean conscientes de ello, los relatos sociológicos canónicos de la modernidad contienen, si no una teoría desarrollada de las emociones, por lo menos numerosas referencias a estas: angustia, amor, competitividad, indiferencia, culpa; si nos tomamos el trabajo de profundizar en las descripciones históricas y sociológicas de las rupturas que llevaron a la era moderna, podremos advertir que todos esos elementos están presentes en la mayor parte de ellas.³⁴

34. *Ibid.*, p. 9.

Esta enumeración de referencias a diversas teorías sociológicas sobre la emoción no explica en absoluto la coyuntura *presente* de la emoción. Además, Illouz no realiza ninguna distinción conceptual entre sentimiento, emoción y afecto. «Indiferencia» y «culpa» no son ni siquiera un afecto o una emoción. Únicamente tendría sentido hablar del *sentimiento* de culpa.

Illouz no logra ver que la presente coyuntura de la emoción se debe, en última instancia, al neoliberalismo. El régimen neoliberal presupone las emociones como recursos para incrementar la productividad y el rendimiento. A partir de un determinado nivel de producción, la *racionalidad*, que representa el medio de la sociedad disciplinaria, topa con sus límites. La racionalidad se percibe como coacción, como obstáculo. De repente tiene efectos rígidos e inflexibles. En su lugar entra en escena la *emocionalidad*, que corre paralela al sentimiento de libertad, al libre despliegue de la personalidad. Ser libre significa incluso dejar paso libre a las emociones. El capitalismo de la emoción se sirve de la libertad. Se celebra la emoción como una expresión de la subjetividad libre. La técnica de poder neoliberal explota esta subjetividad libre.

La objetividad, la generalidad, así como la permanencia son distintivas de la racionalidad.

Así, esta se opone a la emocionalidad, que es subjetiva, situacional y volátil. Las emociones surgen con el cambio de los estados, con los cambios de percepción. La racionalidad, por el contrario, corre paralela a la duración, la constancia y la regularidad. Da preferencia a las relaciones estables. La economía neoliberal, que en pos del incremento de la producción permanentemente destruye continuidad y construye inestabilidad, impulsa la *emocionalización* del proceso productivo. Asimismo, la aceleración de la comunicación favorece su *emocionalización*, ya que la racionalidad es *más lenta* que la emocionalidad. La racionalidad es, en cierto modo, *sin velocidad*. De ahí que el impulso acelerador lleve a la *dura de la emoción*.

El capitalismo del consumo introduce emociones para estimular la compra y generar necesidades. El *emotional design* modela emociones, configura modelos emocionales para maximizar el consumo. En última instancia, hoy no consumimos cosas, sino emociones. Las cosas no se pueden consumir infinitamente, las emociones, en cambio, sí. Las emociones se despliegan más allá del valor de uso. Así se abre un nuevo campo de consumo con carácter infinito.

En la sociedad disciplinaria, en la que uno ha de funcionar, las emociones son más bien un es-

torbo. De ahí que haya que eliminarlas. La «ortopedia concertada» de la sociedad disciplinaria tiene que crear una máquina sin sentimiento a partir de un masa informe. Las máquinas funcionan mejor cuando se desconectan totalmente las emociones o los sentimientos.

Por último, pero no menos importante, la coyuntura presente de la emoción está condicionada por el nuevo modo de producción inmaterial, en el que la interacción comunicativa gana continuamente importancia. Ahora no solo se busca la competencia cognitiva, sino también la emocional. Debido a este desarrollo, se *emplea* toda la persona en el proceso de producción. En este sentido, un anuncio corporativo de Daimler-Chrysler afirma:

Puesto que los elementos del comportamiento desempeñan un papel importante en el cumplimiento de las prestaciones, en las correspondientes valoraciones también se tiene en cuenta la competencia social y emocional del trabajador.³⁵

Ahora se explota lo social, la comunicación, incluso el comportamiento mismo. Se emplean

35. Citado en A. Gorz, *Wissen, Wert und Kapital. Zur Kritik der Wissensökonomie*, Zürich, Rotpunktverlag, 2004, p. 20.

emociones como «materias primas» para optimizar la comunicación. Hewlett-Packard, por ejemplo,

es una empresa donde se respira un espíritu de comunicación, un fuerte espíritu de interrelación, donde las personas se comunican, donde se va hacia el otro. Se trata de una relación afectiva.³⁶

En la dirección empresarial se está produciendo un cambio de paradigma. Las emociones son cada vez más relevantes. En lugar del *management racional* entra en escena el *management emocional*. El *mánager actual se despidió del principio del comportamiento racional*. Cada vez se parece más a un *entrenador motivacional*. La *motivación está ligada a la emoción*. El *movimiento* *Las une*. Las *emociones positivas* son el fermento para el *incremento de la motivación*.

Las emociones son performativas en el sentido de que evocan acciones determinadas. Las emociones, en cuanto *inclinaciones*, representan el fundamento energético, incluso sensible de la acción. Están reguladas por el sistema límbico, que también es la sede de los impulsos. Consti-

tuyen un nivel prerreflexivo, semiinconsciente, corporalmente instintivo de la acción, del que no se es consciente de forma expresa. La psicopolítica neoliberal se apodera de la emoción *para influir en las acciones a este nivel prerreflexivo*. Por medio de la emoción llega hasta lo profundo del individuo. Así, la emoción representa un medio muy eficiente para el control psicopolítico del individuo.

36. Citado en E. Illouz, *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*, op. cit., p. 56.

La Ludificación

Para generar mayor productividad, el capitalismo de la emoción se apropia del juego, que pro-
piamente debería ser lo *otro del trabajo*. Ludifica
el mundo de la vida y del trabajo. El juego *emo-*
cionaliza, incluso dramatiza el trabajo, y así ge-
nera una mayor motivación. A través de una
rápida experiencia exitosa y de un sistema de
gratificación instantánea se aumentan el rendi-
miento y el producto. Un jugador con sus emo-
ciones muestra mayor iniciativa que un actor
racional o un trabajador meramente funcional.

En el juego habita una temporalidad particu-
lar. Se caracteriza por las gratificaciones y las
vivencias inmediatas de éxito. Las cosas que re-
quieren una maduración lenta no se dejan ludi-
ficar. La duración y la lentitud no son compati-
bles con la temporalidad del juego. La actividad

de la caza se aproxima al juego, mientras que las tareas de un labrador, que requirieren una maduración lenta, un crecimiento silencioso, escapan a toda ludificación. La vida no se deja transformar totalmente en caza.

La ludificación del trabajo explora al *homo ludens*. Mientras uno juega, se somete al entramado de dominación. Con la lógica de la gratificación del *me gusta*, de los *amigos* o los *seguidores*, la comunicación social se somete actualmente al modo juego. La ludificación de la comunicación corre paralela a su comercialización. Destruye la comunicación humana.

«Un cadáver domina la sociedad, el cadáver del trabajo», así comienza el *Manifiesto contra el trabajo*, que redactó el grupo Krisis de Robert Kurz. Según Kurz, después de la revolución microelectrónica, la producción de riqueza se ha ido separando cada vez más del trabajo humano. Sin embargo, sigue Kurz, la sociedad no ha sido nunca en tan gran medida una sociedad del trabajo como en nuestro tiempo posfordiano, en el que el trabajo deviene cada vez más superfluo. El manifiesto argumenta que precisamente la izquierda política ha transfigurado el trabajo. No solo lo ha elevado a esencia del hombre, sino que de este modo lo ha mitificado como presunto contraprinzipio del capital. A la izquierda polí-

tica no la escandaliza el trabajo, solo su explotación mediante el capital. De ahí que el programa de todos los partidos de los trabajadores sea el trabajo libre y no la liberación del trabajo. Trabajo y capital, según Kurz, son las caras de la misma moneda.

A pesar del gran desarrollo de las fuerzas productivas no nace un «reino de la libertad» «allí donde termina el trabajo impuesto por la necesidad y por la coacción de los fines externos»³⁷ Marx se aferra en última instancia al *primado del trabajo*. Así, «el aumento de tiempo libre», «como máxima fuerza productiva», tiene que reactivar «sobre la fuerza productiva del trabajo».³⁸ El aumento del tiempo de ocio incrementa, en palabras de hoy, el *capital humano*. El capital acapara el ocio que posibilitaría una actividad sin finalidad ni acción. Marx habla del «capital fijo que es el hombre mismo». El mismo hombre con su «*general intellect*» se transforma en capital. Una libertad verdadera solo sería posible mediante una completa liberación de la vida respecto del capital, de esta nueva transcendencia. La transcendencia del capital cierra el paso a la *inmanencia de la vida*.

37. K. Marx, *El capital*, vol. III, sec. VII, cap. XVIII, México, FCE, 1959, p. 759.

38. *Id.*, *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política*, tomo II, *op. cit.*, pp. 236–237.

Frente a la pretensión de Marx, la dialéctica de las fuerzas y las relaciones productivas no conduce a la libertad. Por el contrario, nos involucra en una nueva relación de explotación. Así, tendríamos que ir con Marx más allá de Marx para poder apropiarnos realmente de la libertad, e incluso del tiempo libre. Esta libertad solo se podría esperar de lo otro del trabajo, de una fuerza totalmente diferente que dejara de ser fuerza productiva y no se dejara transformar en fuerza de trabajo, esto es, de una *forma de vida* que ya no es una forma de producción, sino *algo totalmente improductivo*. Nuestro futuro dependerá de que seamos capaces de *servirnos de lo inservible más allá de la producción*.

El hombre es un ser lujoso. El lujo, en su sentido primario, no es una praxis consumista. Es, por el contrario, una forma de vida que está libre de la necesidad. La libertad se basa en desviarse y *hacer lujos* respecto de la necesidad. El lujo trasciende la intencionalidad de darle la vuelta a la necesidad. Hoy el consumo acapara el lujo. El consumo excesivo es una falta de libertad, una coacción que es propia de la falta de libertad del trabajo. De la misma forma que el juego, el lujo, en cuanto libertad, solo es pensable más allá del trabajo y del consumo. Visto así, el lujo es afín al ascetismo.

La verdadera felicidad se debe a lo que se espacia, a lo dejado, a lo abundante, a lo vaciado de sentido, a lo excedente, a lo superfluo, vale decir, a hacer lujos respecto de la necesidad, del trabajo y del rendimiento, de la finalidad. Sin embargo, hoy se acapara hasta el excedente de capital y así se le sustrae su potencial emancipador. Además, el juego que se ha liberado del proceso de trabajo y de producción es un lujo. La ludificación como medio de producción destruye el potencial emancipador del juego. El juego posibilita un uso totalmente distinto de las cosas que las libera de la teología y la teleología del capital.

Hace un tiempo se reportaba un extraordinario suceso acontecido en Grecia. Es extraordinario porque ha sucedido precisamente en un país que tanto sufre bajo el yugo del capital. Se trata de un suceso que posee un enorme carácter *simbólico*, que actúa como un *signo del futuro*. Unos niños habían descubierto un fajo de billetes. Le daban un uso totalmente diferente: jugaban con ellos y los hacían pedazos. Esos niños se anticipaban a nuestro futuro: *el mundo yace en ruinas. En estas ruinas, como esos niños, jugamos con billetes y los hacemos pedazos*.

La «profanación» consiste en devolver al uso libre de los hombres las cosas que pertenecían a los dioses y que por eso habían sido sustraídas al

uso humano.³⁹ Esos niños griegos *profanan* el dinero dándole un uso totalmente distinto, es decir, juegan. En un vuelco, la profanación convierte el dinero, que hoy se ha fetichizado tanto, en un juguete profano.

Agamben interpreta la religión a partir del *relegere*. Por tanto, la religión significa estar atento, despierto, es decir, velar por las cosas que son sagradas y tener cuidado de que se mantengan separadas del resto. Esta separación es esencial para la religión. En consecuencia, la profanación consiste en ejercer una actitud de descuido consciente frente a aquella observancia. Esos niños griegos mostraban descuido frente al dinero al jugar con él y hacerlo pedazos. La profanación es entonces una *praxis de la libertad* que nos libera de la trascendencia, de esa forma de subjetivación. La profanación abre un *espacio de juego para la immanencia*.

Hay dos formas de pensamiento: el que trabaja y el que juega. Tanto el pensamiento de Hegel como el de Marx están dominados por el principio del trabajo. Asimismo, el *Ser y tiempo* de Heidegger es todavía deudor del trabajo. La «existencia» en su «preocupación» o «angustia» no juega.

39. Cf. G. Agamben, *Profanaciones*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2005.

Solo el Heidegger tardío descubre el juego que se basa en la «serenidad». De este modo interpreta el mundo como juego. Presente la «apertura de un espacio de juego apenas intuido y barruntado». ⁴⁰ El «espacio de juego del tiempo» de Heidegger remite a un espacio de tiempo que está libre de la forma del trabajo. Se trata de un *espacio del acontecimiento* en el que se ha superado totalmente la *psicología* como medio de la subjetivación.

40. M. Heidegger, «Grundfragen der Philosophie. Ausgewählte "Probleme" der "Logik"», en *Gesamtausgabe*, tomo XIV, Frankfurt del Meno, Vittorio Klostermann, 1984, p. 169.

El huevo de Colón

Bentham compara su panóptico con el huevo de Colón. Debe ser aplicado, según Bentham, a todos los entornos disciplinarios de reclusión ya que posibilita una vigilancia muy eficiente de los reclusos.⁴¹ Bentham considera que su panóptico representará un hito dramático en el orden social: «¿Qué diría si mediante la gradual adopción y diversificada aplicación de este principio, viese un nuevo Estado extenderse sobre el rostro de la sociedad civilizada?»⁴²

¿Acabará mostrándose también el *Big Data* como el huevo de Colón de la sociedad de con-

41. J. Bentham, *Panóptica*, Madrid, Circulo de Bellas Artes, 2011, p. 103.

42. *Ibid.*

trol digital, que es más eficiente que el panóptico benthamiano? ¿Será el *Big Data* realmente capaz no solo de vigilar el comportamiento humano, sino también de someterlo a un control psicopolítico? ¿Se asoma de nuevo un drama totalmente inesperado en el rostro de la sociedad civilizada?

El *Big Data* posibilita, sin duda, una forma de control muy eficiente. «Le ofrecemos una visión de 360 grados sobre sus clientes», es el eslogan de Acxiom, la empresa americana de *big data*. Ciertamente, el panóptico digital posibilita una visión de 360 grados sobre sus reclusos. El panóptico benthamiano está sujeto a una óptica *perspectivista*. De ahí que sean inevitables los ángulos muertos en los que los deseos y pensamientos secretos de los presos pasan desapercibidos.

La vigilancia digital es precisamente más eficiente porque es *aperspectivista*. No tiene la limitación que es propia de la óptica analógica. La óptica digital posibilita la vigilancia desde todos los ángulos. Así, elimina los ángulos muertos. Frente a la óptica analógica, *perspectivista*, puede dirigir su mirada incluso hacia la psique.

El datatísmo

David Brooks anuncia en el *New York Times* una revolución de datos. Su anuncio es tan profético como el libro de Chris Anderson *The End of Theory*. Esta nueva creencia se llama «datatísmo»:

Si me pide que describa la filosofía emergente a día de hoy, diría⁴³ que es el datatísmo. Ahora tenemos la capacidad de acumular enormes cantidades de datos. Esta capacidad lleva consigo un cierto presupuesto cultural —que todo lo mensurable debe ser medido; que los datos son lentes transparentes y fiables que nos permiten filtrar todo emocionalismo e ideología; que los datos nos ayudarán a hacer cosas significativas como predecir el futuro. [...] La revolución de los datos nos está proporcionando caminos formidables para comprender el presente y el pasado.⁴³

El datatísmo entra en escena con el énfasis de una *segunda Ilustración*. En la *primera Ilustración* se creyó que la *estadística* era capaz de liberar el conocimiento del contenido mitológico. Así pues, la primera Ilustración celebró con euforia la estadística. A partir de ella, Voltaire ansiaba una historia que estuviera limpia de todo elemento mi-

43. *The New York Times*, Edición del 4 de febrero de 2013.

tológico. La estadística, según Voltaire, es «objeto de curiosidad para quien quiere leer la historia como ciudadano y como filósofo».⁴⁴ La estadística significa, para Voltaire, ilustración. A la narración mitológica opone el conocimiento objetivo, fundamentado por números y movido por números.

Transparencia es la palabra clave de la *segunda Ilustración*. Los datos son un medio transparente. Siguiendo el artículo del *New York Times*, los datos son una «lente transparente y fiable». El imperativo de la segunda Ilustración es: *se ha de convertir todo en datos e información*. El dataísmo, que pretende superar toda ideología, es en sí mismo una ideología. Conduce al *totalitarismo digital*. Por eso es necesaria una *tercera Ilustración* que revele que la Ilustración digital se convierte en esclavitud.

El *Big Data* debe liberar el conocimiento del arbitrio subjetivo. Así pues, la intuición no representa una forma superior del conocimiento. Se trata de algo meramente subjetivo, de un auxilio necesario que suple la falta de datos objetivos. En una situación compleja, siguiendo esta argumentación, la intuición es ciega. Inclu-

so la teoría cae bajo la sospecha de ser una ideología. Cuando hay suficientes datos, la teoría sobra. La segunda Ilustración es el tiempo del saber puramente *movido por datos*. Dicho en la retórica profética de Chris Anderson:

Adiós a toda teoría del comportamiento humano, desde la lingüística hasta la sociología. Olvida la taxonomía, la *fontología* y la psicología. ¿Quién sabe por qué la gente hace lo que hace? La cuestión es que lo hace y que podemos seguirlo y medirlo con una fidelidad sin precedentes. Con suficientes datos, los números hablan por sí mismos.⁴⁵

El medio de la primera Ilustración es la razón. Pero en nombre de la razón se reprimieron la imaginación, la corporalidad y el deseo. En virtud de una dialéctica fatal de la Ilustración, esta acaba convirtiéndose en barbarie. La misma dialéctica amenaza a la segunda Ilustración, que apela a la información, los datos y la transparencia. La segunda Ilustración genera una nueva forma de violencia. La dialéctica de la Ilustración consiste en que esta, que ha surgido para destruir

44. R. Campe, *Das Spiel der Wahrscheinlichkeit. Literatur und Berechnung zwischen Pascal und Kleist*, Göttingen, Wallstein, 2002, p. 399.

45. *Wired Magazine*, edición del 16 de julio de 2008. Sobre el término «dataísmo» cf. también *Trend Update*, tomo X (2011): *Dataismus*, entre otros Pschera, *Dataismus*, Berlin, 2013.

los mitos, acaba embrollada en la mitología: «La falsa claridad es solo otra expresión del mito».⁴⁶ Adorno diría que la transparencia es también otra expresión del mito, que el dataísmo promete una falsa claridad. En virtud de esta dialéctica, la segunda Ilustración, que se opone a la ideología, acaba convirtiéndose en una ideología, incluso en una *barbarie de los datos*.

El dataísmo se muestra como un dadaísmo digital. También el dadaísmo renuncia a un entramado de sentido. Se vacía a la lengua totalmente de su sentido: «Los sucesos de la vida no tienen ni comienzo ni fin. Todo transcurre de manera idiota. Por eso todo es igual. La simplicidad se llama *dada*».⁴⁷ El dataísmo es nihilismo.⁴⁸ Renuncia totalmente al sentido. Los datos y los números no son narrativos, sino aditivos. El sentido, por el contrario, radica en una narración. Los datos colman el vacío de sentido.

Hoy no solo se absolutizan los números y los datos, también se *los sexualiza y fetichiza*. El *Quantified Self* se lleva a cabo precisamente con

46. T.W. Adorno y M. Horkheimer, *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*, Madrid, Trotta, 1998, p. 4.

47. T. Tzara, *Sieben Dada-Manifeste*, Hamburgo, Edition Nautilus, 1976, p. 12.

48. B.-C. Han, *Big Data: Dataismus und Nihilismus*, ZEIT-Online, edición del 27 de septiembre de 2011.

una energía libidinosa. En general, el dataísmo adquiere rasgos libidinosos, incluso pornográficos. Los *dataístas* copulan con datos. Así, se habla de «*datasexuales*». Son «inexorablemente digitales» y encuentran los datos «*sexys*».⁴⁹ El *digito* se aproxima al *falo*.

Quantified Self

La creencia en la mensurabilidad y cuantificabilidad de la vida domina toda la era digital. El *Quantified Self* rinde homenaje a esta creencia. Se equipa al cuerpo con sensores que registran datos de forma automática. Se miden la temperatura corporal, la glucosa en sangre, el aporte calórico, el consumo de calorías, perfiles de movimiento o partes adiposas del cuerpo. En la meditación se miden las pulsaciones. Incluso en la relajación lo que cuenta es el rendimiento y la eficiencia. Se toma nota de las sensaciones, de los estados de ánimo y de las actividades cotidianas. A partir de la automedición y el autocontrol se han de incrementar el rendimiento corporal y espiritual. Sin embargo, la mera multitud de datos que

49. E. Morozov, *Smarter neue Welt. Digitale Technik und die Freiheit des Menschen*, München, Karl Blessing, 2013, p. 378.

se acumulan no responde a la pregunta: ¿quién soy yo? El *Quantified Self* es también una técnica dadaísta que descompone al yo en datos hasta vaciarlo de sentido.

El lema del *Quantified Self* es: *Self Knowledge through Numbers*, autoconocimiento por medio de los números. Los datos y los números, por mucho que abarquen, no proporcionan el autoconocimiento. Los números no cuentan nada sobre el yo. La numeración no es una narración. El yo se debe a una narración. No contar sino narrar lleva al encuentro con uno mismo o al autoconocimiento.

El antiguo cuidado de sí mismo también está unido a las prácticas de *tomar nota de sí mismo*. La *publicatio sui* (Tertuliano) es una parte esencial del cuidado de sí mismo:

Escribir también era importante en la cultura del cuidado de sí. Una de las características más importantes de este cuidado implicaba tomar notas sobre sí mismo que debían ser releídas, escribir tratados o cartas a los amigos para ayudarles, y llevar cuadernos con el fin de reactivar para sí mismo las verdades que uno necesitaba.⁵⁰

50. M. Foucault, *Tecnologías del yo y otros textos afines*, op. cit., p. 61.

La *publicatio sui* se dedica a la búsqueda de la verdad. Las anotaciones sobre sí mismo sirven a una ética del yo. El dataísmo, por el contrario, vacía el *Self-Tracking* de toda ética y verdad, y lo convierte en una mera técnica de autocontrol. Los datos recopilados también se publican y se intercambian. De esta forma, el *Self-Tracking* se equipara cada vez más a la autovigilancia. El sujeto de hoy es un empresario de sí mismo que se explota a sí mismo. El sujeto explotador de sí mismo se instala en un campo de trabajo en el que es al mismo tiempo víctima y verdugo. En cuanto sujeto que se ilumina y vigila a sí mismo, está aislado en un panóptico en el que es simultáneamente recluso y guardián. El sujeto en red, digitalizado, es un panóptico de sí mismo. Así pues, se delega a cada uno la vigilancia.

El registro total de la vida

Hoy se registra cada clic que hacemos, cada palabra que introducimos en el buscador. Todo paso en la red es observado y registrado. Nuestra vida se reproduce totalmente en la red digital. Nuestro hábito digital proporciona una representación muy exacta de nuestra persona, de nuestra alma, quizá más precisa o completa que la imagen que nos hacemos de nosotros mismos.

El número de direcciones web es prácticamente ilimitado. De este modo es posible dotar a cada objeto de uso de una dirección en internet. Las cosas se convierten por sí mismas en proveedores activos de información. Informan sobre nuestra vida, sobre nuestro hacer, sobre nuestras costumbres. La extensión de la internet de las personas, web 2.0, a la internet de las cosas, web 3.0, es la culminación de la sociedad de control digital. La web 3.0 hace posible un registro total de la vida. Ahora también nos vigilan las cosas que usamos diariamente.

Estamos atrapados en una memoria total de tipo digital. El panóptico benthamiano carece de un sistema de anotación eficiente. Solo existe un «libro de normas» que registra los castigos realizados y los motivos. No se registra la vida de los presos. Con todo, al *Big Brother* se le oculta lo que los presos realmente piensan o lo que desean. Frente al quizá muy olvidadizo *Big Brother*, el *Big Data* no olvida nada. Solo por eso el panóptico digital es más eficiente que el benthamiano.

En las elecciones estadounidenses, el *big data* y el *data mining** se muestran como el huevo de

* El término *data mining* significa exploración de datos. (N. del T.)

Colón. Los candidatos adquieren una visión de 360 grados sobre los electores. Se recopilan enormes datos, incluso se compran e interrelacionan, de manera que se puedan generar perfiles muy exactos. De este modo también se adquiere una visión sobre la vida privada, incluso sobre la psique de los electores. Se introduce el *microtargeting* para dirigirse con precisión a los electores con mensajes personalizados y para *influenciarlos*. El *microtargeting* como praxis de la microfísica del poder es una *psicopolítica movida por datos*. Asimismo, algoritmos inteligentes permiten hacer pronósticos sobre el comportamiento de los electores y optimizar la alocución. Las alocuciones individualizadas apenas se distinguen de los anuncios personalizados. Cada vez se asemejan más votar y comprar, el Estado y el mercado, el ciudadano y el consumidor. El *microtargeting* se convierte en praxis general de la psicopolítica.

El censo demográfico, que representa una praxis *biopolítica* de la sociedad disciplinaria, provee un material explotable *demográficamente*, pero no *psicológicamente*. La biopolítica impone un acceso sutil a la psique. La psicopolítica digital, por el contrario, es capaz de llegar a procesos psíquicos de manera prospectiva. Es quizá *mucho más rápida* que la voluntad libre. Puede adelantarla. La capacidad de prospección

de la psicopolítica digital significaría el fin de la libertad.⁵¹

El inconsciente digital

El *Big Data* quizá hace legibles aquellos deseos de los que no somos conscientes de forma expresa. En una situación concreta llegamos a desarrollar inclinaciones que escapan a nuestra conciencia. A menudo ni siquiera sabemos por qué de repente sentimos una necesidad específica. Que una mujer en una determinada semana de embarazo sienta deseo por un determinado producto es una correlación de la que no es consciente. Simplemente compra el producto sin saber por qué. *Ella es así*. Este ello-es-*así* tiene posiblemente una cercanía con el *ello* freudiano, que escapa al *yo* consciente. Visto de ese modo el *Big Data* haría del *ello* un *yo* susceptible de ser explorado psicopolíticamente. Si el *Big Data* proporcionara un acceso al reino inconsciente de nuestras acciones e inclinaciones, sería pensable una psico-

política que interviniera hasta en lo profundo de nuestra psique y la explotara.

Según Walter Benjamin, la cámara de cine permite acceder al «inconsciente óptico»:

Con el primer plano se ensancha el espacio y bajo el retardador se alarga el movimiento. [...] Así es como resulta perceptible que la naturaleza que habla a la cámara *no* es la misma que la que habla al ojo.

Es sobre todo distinta porque en lugar de un espacio que trama el hombre con su conciencia presenta otro tramado inconscientemente. [...] Nos resulta más o menos familiar el gesto que hacemos al coger el encendedor o la cuchara, pero apenas si sabemos algo de lo que ocurre entre la mano y el metal, cuanto menos de sus oscilaciones según los diversos estados de ánimo en que nos encontramos. Y aquí es donde interviene la cámara con sus medios auxiliares, sus subidas y bajadas, sus cortes y su capacidad aislativa, sus dilataciones y arregazamientos de un decurso, sus ampliaciones y disminuciones. Por su virtud experimentamos el inconsciente óptico, igual que por medio del psicoanálisis nos enteramos del inconsciente pulsional.⁵²

51. A este aspecto del *Big Data* remiten Viktor Mayer-Schönberger y Kenneth Cukier: CFV: Mayer-Schönberger y K. Cukier, *Big Data. Die Revolution, die unser Leben verändern wird*, München, Redline, 2013, p. 203.

52. W. Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Buenos Aires, Taurus, 1989, p. 13.

Se puede establecer una analogía entre el *Big Data* y la cámara de cine. El *data mining*, como una lupa digital, aumentaría las acciones humanas.

La microfísica del *Big Data* haría visibles *actones*, es decir, microacciones que escaparían a la conciencia. El *Big Data* podría poner de manifiesto patrones de comportamiento colectivos de los que el individuo no es consciente. De este modo se podría acceder al inconsciente colectivo. En analogía con el «inconsistente óptico», se podría denominar como *inconsistente digital* al entramado microfísico o micropsíquico. La psicopolítica digital sería entonces capaz de apoderarse del comportamiento de las masas a un nivel que escapa a la conciencia.

Big Deal

El *Big Data* no solo aparece en la forma de *Big Brother*, sino también de *Big Deal*. El *Big Data* es un gran negocio. Los datos personales se captan y comercializan por completo. Hoy se trata a los hombres y se comercia con ellos como paquetes de datos susceptibles de ser explotados económicamente. Ellos mismos devienen mercancía. El *Big Brother* y el *Big Deal* se alían. El Estado vigilante y el mercado se fusionan.

La empresa de datos Axiom comercia con datos personales de aproximadamente 300 millones de ciudadanos estadounidenses, esto es, de prácticamente todos. Axiom sabe más de los ciudadanos estadounidenses que el FBI. En esta empresa, los individuos son agrupados en 70 categorías. Se ofertan en el catálogo como mercancías. Aquellos con un valor económico escaso se les denomina *waste*, es decir, «basura». Los consumidores con un valor de mercado superior se encuentran en el grupo *Shooting star*. Son dinámicos, de 36 a 45 años, se levantan temprano para hacer *fooling*, no tienen hijos, están casados, les gusta viajar y la serie de televisión *Seinfeld*.

El *Big Data* da lugar a una *sociedad de clases digital*. Los individuos que son clasificados en la categoría «basura» pertenecen a la clase más baja. A aquellos con una puntuación baja se les niega el crédito. Además del panóptico entra en escena el *Bannoptikum*.⁵³ El panóptico vigila a los residentes recluidos en el sistema. El *Bannoptikum* es un dispositivo que identifica a las personas alejadas u hostiles al sistema como no deseadas y

53. Del alemán *Bann*: proscricción, destierro. Cf. Z. Bauman y D. Lyon, *Daten, Drogen, Disziplin. Ein Gespräch über flüchtige Überwachung*, Berlín, Suhrkamp, 2013, pp. 83 y ss.

las *excluye*. El panóptico clásico sirve para disciplinar. El *Bannoptikum* se ocupa de la seguridad y eficiencia del sistema.

El *Bannoptikum* digital identifica a los hombres sin valor económico como basura. La basura es algo que hay que eliminar:

Son superfluos, basura humana, los rechazados de la sociedad, en una palabra: desecho. Desecho es todo aquello que no es útil. A los montones de desecho pertenece todo aquello que es insalvable, inutilizable. De hecho, la aportación más significativa que puede hacer el desecho es ensuciar y bloquear los espacios que, de otro modo, se podrían utilizar para generar beneficios. El fin último del *Bannoptikum* es asegurarse de que el desecho es separado del producto valioso y arrumbado para el transporte al vertedero de basura.⁵⁴

Olvidar

La sociedad humana es una narración, un relato del que necesariamente forma parte el olvido. La memoria digital es una adición y acumulación sin lagunas. Los datos registrados son *enumerados*.

54. *Ibid.*, pp. 86 y ss.

bles, pero no *narrables*. El guardar y recuperar se distinguen sustancialmente del recuerdo, que es un proceso narrativo. La autobiografía es un escrito narrativo de recuerdo. La línea cronológica, por el contrario, no relata. Es una mera enumeración y adición de sucesos o informaciones.

La memoria es un proceso dinámico, vivo, en el que distintos niveles de tiempo se interfieren e influyen mutuamente. Está sometida a delimitaciones y reordenaciones. También Freud concibe la memoria humana como un organismo vivo:

Tú sabes que trabajo con el supuesto de que nuestro mecanismo psíquico se ha generado por estratificación sucesiva, pues de tiempo en tiempo el material preexistente de huellas mnémicas experimenta un reordenamiento según nuevos nexos, una retrascrición. Lo esencialmente nuevo en mi teoría es, entonces, la tesis de que la memoria no preexiste de manera simple, sino múltiple, está registrada en diversas variedades de signos.⁵⁵

Así, no existe el pasado, que se mantiene igual y es recuperable en la misma forma. La memoria

55. S. Freud, «Carta a Wilhelm Fliess», en *Obras completas*, volumen I, Buenos Aires, Amorrortu, 2001, pp. 274-275.

digital está constituida de puntos indiferentes del presente y a la vez *no-muertos*. A la memoria digital le falta ese horizonte temporal extendido que constituye la temporalidad de lo vivo. De este modo, la vida digital pierde vivacidad. La temporalidad de lo digital es la propia de lo *no-muerto*.

Espiritu

El *Big Data* sugiere un conocimiento absoluto. Todo es mensurable y cuantificable. Las cosas delatan sus correlaciones secretas que hasta ahora habían permanecido ocultas. Igual de predecible debe ser el comportamiento humano. Se anuncia una nueva era del conocimiento. Las correlaciones sustituyen a las causalidades. El *ello* es así sustituye al *por qué*. La cuantificación de lo real en búsqueda de datos expulsa al espíritu del conocimiento.

A Hegel, el filósofo del espíritu, el conocimiento total que promete el *Big Data* le parecería el desconocimiento absoluto. La *Lógica* de Hegel se puede leer como una lógica del conocimiento. Según esta, la correlación representa el nivel más primitivo del conocimiento. Una fuerte correlación entre A y B establece lo siguiente: Si A

cambia, también ocurre un cambio en B. En una correlación, por muy fuerte que sea, no se sabe absolutamente nada de *por qué* se comporta así. Es simplemente así. Es una relación de probabilidad, pero no de necesidad. Aquella sostiene: A tiene lugar a menudo junto con B. En esto se distingue la correlación de la relación causal. La necesidad es distintiva de la relación causal: A *causa* B.

La causalidad no es el nivel de conocimiento superior. La interacción representa una relación más compleja que la causalidad. Esta establece lo siguiente: A y B se condicionan mutuamente. Entre A y B existe un entramado necesario. Pero incluso en el nivel de la interacción todavía no se *conoce* el entramado entre A y B:

Si uno se detiene en la observación de un contenido dado meramente desde el punto de vista del efecto recíproco, entonces esto es realmente un comportamiento plenamente conceptual.⁵⁶

56. G. W.F. Hegel, «*Enzyklopädie der philosophischen Wissenschaften im Grundrisse 1830, Erster Teil. Die Wissenschaft der Logik*», en *Werke in zwanzig Bänden*, tomo VIII, Frankfurt del Meno, Suhrkamp, 1970, p. 302.

Solo el «concepto» genera el conocimiento. El concepto es C, que concibe dentro de sí a A y B, y que se *conceptualiza* a través de A y B. Es el entramado superior que abarca A y B, y desde el que se puede fundamentar la relación entre A y B. Así, A y B son los «momentos de un tercero superior». El conocimiento solamente es posible al nivel del concepto: «El concepto es lo que habita en las cosas, lo que hace que las cosas sean lo que son, y concebir un objeto, por tanto, significa devenir consciente de su concepto».⁵⁷ Solo a partir del *omniabarcante* concepto C es posible concebir la correlación de A y B. El *Big Data* vuelve disponible un conocimiento rudimentario, a saber, correlaciones en las que no se *conci-be* nada. El *Big Data* *carece de concepto y de espíritu*. El conocimiento absoluto que pretende el *Big Data* coincide con el desconocimiento absoluto.

El concepto es una unidad que *deduce* y *conci-be* sus momentos *dentro de sí*. Tiene la forma de un *silogismo* en que todo está *comprendido*. «Todo es silogismo» significa «todo es concepto».⁵⁸ El conocimiento absoluto es el silogismo absoluto.

57. *Ibid.*, p. 318.

58. G. W. F. Hegel, *Enciclopedia de las ciencias filosóficas en compendio*, Madrid, Alianza, 2005, p. 260.

La «definición del absoluto» es «que es el silogismo».⁵⁹ De la *adición* continuada no resulta un silogismo. El silogismo no es una *adición*, sino una *narración*. El silogismo absoluto *excluye* una *adición* posterior. El silogismo como *narración* es la *contrafigura* de la *adición*. El *Big Data* es puramente *aditivo* y no consigue nunca el silogismo o la *conclusión*. Frente a las correlaciones y *adiciones* que *geñera* el *Big Data*, la teoría representa una *forma de conocimiento narrativa*.

El espíritu es un silogismo, una totalidad en la que *las partes son integradas con sentido*. La totalidad es una forma de silogismo. Sin espíritu, el mundo queda reducido a lo meramente *aditivo*. El espíritu forma su interioridad y el *reconocimiento* que *reúne* todo dentro de sí. También la teoría es un silogismo que *deduce* y *conci-be* las partes *dentro de sí*. El «fin de la teoría», que anuncia Chris Anderson, significa en último término el *fin del espíritu*. El *Big Data* deja que el espíritu se atrofie. La ciencia del espíritu, *movida puramente por datos*, ya no es en realidad una ciencia del espíritu. *El conocimiento total de datos es un desconocimiento absoluto en el grado cero del espíritu*.

59. *Ibid.*

En la *Ciencia de la lógica* se afirma: «Todo lo racional es un silogismo».⁶⁰ El silogismo no es en Hegel una categoría de la lógica formal. El silogismo se da cuando el comienzo y el fin de un proceso forman un entramado con sentido, una unidad fundadora de sentido. Así, la narración, frente a la mera adición, es un silogismo. El *acontecimiento* es un silogismo. También los rituales y las ceremonias son formas silogísticas. Representan un proceso narrativo. De ahí que tengan su propio tiempo, su propio ritmo y compás. En cuanto narraciones, escapan a la aceleración. En cambio, donde se descompone toda forma silogística, todo se deshace sin *sostén*. La aceleración total tiene lugar en un mundo en el que todo deviene aditivo y se pierde toda tensión narrativa, toda tensión vertical.

Hoy la percepción no es capaz del silogismo, puesto que *zapea sin fin por la infinita red digital*. Se dispersa totalmente. Solo un demorarse contemplativo es capaz del silogismo. Cerrar los ojos es un símbolo del silogismo. El cambio acelerado de imágenes e informaciones imposibilita el cerrar los ojos, el silogismo contemplativo.

60. G. W.F. Hegel, *Ciencia de la lógica*, Segunda Parte, Buenos Aires, Solar, 1968, p. 357.

Si todo lo racional es un silogismo, entonces la era del *Big Data* es una época sin razón.

Acontecimiento

Cuando se descubrió el método estadístico en el siglo XVII, mantuvo en un suspiro a científicos, tahúres, poetas y filósofos por igual. Se sumían con el mayor entusiasmo en las recién descubiertas probabilidad y regularidad estadísticas. Esta euforia es totalmente comparable con el *Big Data*. Por entonces, el método estadístico consiguió que ante la contingencia del mundo algunos hombres recuperaran la confianza en la providencia divina. Así se titula un tratado sobre estadística demográfica de John Arbuthnot del siglo XVIII: *An Argument for Divine Providence, taken from the Regularity observ'd in the British Births of both Sexes*. En el exceso estadístico de neónatos masculinos frente a los femeninos, los filósofos pensaban que podían ver incluso la providencia divina y justificar la guerra.

También Kant se deja embriagar por la posibilidad de un cálculo estadístico que permite reconocer una regularidad, y la incorpora en su consideración teleológica de la historia. Por un lado, parte de la voluntad libre. Según Kant, las

Historia
de la
civilización
de Kant

manifestaciones de la voluntad libre, es decir, las acciones humanas, están determinadas por leyes generales de la naturaleza del mismo modo que cualquier fenómeno natural. Si «desde una visión general» se observa el juego de la libertad de la voluntad humana, se puede distinguir una regularidad. Por muy irregulares que parezcan las acciones de los individuos, se puede reconocer, por lo que respecta a la especie, un «desarrollo constantemente progresivo, aunque lento, de disposiciones originarias». Kant remite luego a los números de la estadística:

Lo mismo acontece, por ejemplo, con los matrimonios, los nacimientos a los que dan origen y las muertes son acontecimientos en los que la libre voluntad del hombre tiene mucho influjo y no parecen, por eso mismo, someterse a regla alguna que permitiese calcular de antemano el número de los mismos. Sin embargo, los grandes países tienen estadísticas anuales que demuestran que también esos hechos transcurren según leyes naturales, tan constantes como las incessantes variaciones atmosféricas, que no se pueden predecir en los casos singulares, aunque en el todo mantienen el crecimiento de las plantas, el curso de las aguas y otros hechos naturales, en una marcha uniforme e ininterrumpida. Los hombres, individualmente e inclusive los pueblos enteros, no

reparan que al seguir cada uno sus propias intenciones, según el particular modo de pensar, y con frecuencia en mutuos conflictos, persiguen, sin advertirlo, como si fuese un hilo conductor, la intención de la naturaleza y que trabajan a su favor, aunque ellos mismos la desconozcan.⁶¹

La primera Ilustración está vinculada esencialmente a la creencia en el conocimiento estadístico. También la *volonté générale* de Rousseau es el resultado de una operación estadístico-matemática. La voluntad general se forma *sin comunicación alguna*.⁶² Se forma de valores estadísticos intermedios:

Frecuentemente surge una gran diferencia entre la voluntad de todos y la voluntad general: esta solo

61. I. Kant, *Idea de una historia universal desde un punto de vista cosmopolita*, Buenos Aires, Prometeo, 2007, pp. 27-28. La regularidad de los matrimonios, nacimientos y defunciones la ha tomado Kant de la estadística entre 1740 y 1770, posiblemente del tratado de J. P. Süßmilch, *Die göttliche Ordnung in den Veränderungen des menschlichen Geschlechts, aus den Geburt, dem Tode und der Fortpflanzung desselben erwiesen*. Cf. R. Campe, «Wahrscheinliche Geschichtepoetologische Kategorie und mathematische Funktion» en *Poetologien des Wissens um 1800*, ed. por J. Vogl, Múnich, 1998, p. 220.

62. En su artículo «Was heißt "Die Mehrheit entscheidet"?, Manfred Schneider aborda el aspecto estadístico de la «volonté générale». Cf. *Urteilen/Entscheiden*, ed. por C. Vismann und Th. Weitin, Múnich, Wilhelm Fink, 2006, p. 161.

atende al interés común, aquella al interés privado, siendo en resumen una suma de voluntades particulares; pero suprimid de esas mismas voluntades las más y las menos que se destruyen entre sí, y quedará la voluntad general como la suma de las diferencias.⁶³

Rousseau enfatiza que la constatación de la voluntad general no requiere de comunicación alguna, que incluso ha de excluirla. La comunicación des- figura la objetividad estadística. Así, Rousseau prohíbe la formación de partidos y asociaciones políticas. La democracia de Rousseau es una democracia sin discurso ni comunicación. El método estadístico genera una síntesis de cantidad y verdad.⁶⁴ A la pregunta de cómo se puede reconocer un buen gobierno, Rousseau da una respuesta biopolítica. Se cuida de abordar la pregunta moralmente. El fin de la asociación política, según Rousseau, no es otro que el mantenimiento y el bienestar de sus miembros. El signo más evidente de ello es el incremento de la población. El mejor gobierno es sin duda aquel en el que el número de ciudadanos «aumenta

continuamente». Rousseau exclama: «¡Calculadores, este es vuestro asunto: contad, medid y comparad!»⁶⁵

La actual euforia con el Big Data se asemeja a la euforia con la estadística del siglo XVIII, que con todo disminuyó rápidamente. La estadística es, en efecto, el *Big Data* del siglo XVIII. Frente a la razón estadística pronto surgió una resistencia, principalmente por parte del Romanticismo. La aversión hacia la media y la normalidad es un afecto fundamental del Romanticismo. A lo probable estadísticamente se opone lo singular, lo improbable, lo repentino. El Romanticismo cultivaba lo raro, lo anormal y lo extremo frente a la normalidad estadística.⁶⁶

También Nietzsche comparte la aversión a la razón estadística:

¿Cómo se entiende eso de que la estadística demuestra la existencia de leyes históricas? ¿Leyes? Lo cierto es que demuestra cuán vulgar y repugnantemente uniforme es la masa: ¿acaso deben tomar-

63. J.-J. Rousseau, *El contrato social*, op. cit., p. 148.

64. Cf. M. Schneider, «Serapionische Probabilitik. Einwände gegen die Vernunft des größten Häufers», en *Hoffmanneske Geschichte. Zu einer Literaturwissenschaft als Kulturwissenschaft*, ed. por G. Neumann, Würzburg, Königshausen & Neumann, 2005, pp. 259–276.

63. J.-J. Rousseau, *El contrato social*, Madrid, EDAF, 2007, p. 76.

64. M. Schneider, «Was heißt "Die Mehrheit entscheidet"?,» op. cit., p. 162.

se por leyes los efectos de esa fuerza de gravedad que son la estupidez, la imitación, el amor y el hombre? De acuerdo, lo admitimos, pero entonces habrá que admitir también que, si bien existen leyes en la Historia, ni las leyes ni la Historia tienen valor alguno.⁶⁷

La estadística no toma en consideración a «los grandes hombres actuando en el escenario de la historia, sino solo a los comparasas». Nietzsche se opone a ese tipo de historia

que considera los grandes impulsos de las masas como un importante y hasta principal aspecto histórico, mientras que a todos los grandes hombres los contempla meramente como la expresión más clara de las masas, semejante a la espuma que pueda verse sobre las corrientes de agua.

Para Nietzsche, los números estadísticos solo prueban que el hombre es un animal gregario, que «los hombres *aumentan en igualdad*». Esta *uniformización* es también característica de la actual sociedad de la transparencia y de la información. Si todo ha de ser visible, las desviaciones apenas

67. F. Nietzsche, *Segunda consideración intempestiva*, Buenos Aires, Libros del Zorzal, 2006, pp. 133-134.

son posibles. De la transparencia surge una coacción a la conformidad que elimina lo otro, lo extraño. El *Big Data* hace visible, sobre todo, modelos de comportamiento colectivos. El dataísmo mismo intensifica el *aumento de igualdad*. El *data mining* no se distingue sustancialmente de la estadística. Las correlaciones que descubre representan lo estadísticamente probable. Así, el *Big Data* no tiene ningún acceso a lo único. El *Big Data* es totalmente ciego ante el acontecimiento. No lo estadísticamente probable, sino lo improbable, lo singular, el *acontecimiento* determinará la historia, el futuro humano. Así pues, el *Big Data* es ciego ante el futuro.

Más allá del sujeto

A la «naturalización del hombre», según Nietzsche, pertenece «la disposición por lo absolutamente repentino y contrariador». ⁶⁸ Todo *acontecimiento* que destruye lo válido hasta el momento, el orden existente, es tan imprevisible y repentino como un *acontecimiento natural*. Escapa a todo cálculo y predicción. Simplemente da lugar a un *estado totalmente nuevo*. El *acontecimiento* pone en juego un *afuera* que hace surgir al sujeto y lo arranca de su sometimiento. Los acontecimientos representan rupturas y discontinuidades que abren *nuevos espacios*. Siguiendo a Nietzsche, Foucault se aferra a esa idea de la historia que «deja aparecer el acontecimiento en su radical singularidad». Por «acon-

68. F Nietzsche, «Nachgelassene Fragmente», Primavera de 1881 hasta verano de 1882, *Kritische Gesamtausgabe*, VII. II, Berlín, 1973, p. 427.

tecimiento» entiende Foucault la «inversión de las correlaciones de fuerza», el «derrocamiento de un poder, la modificación de una lengua y su uso hasta el momento por los otros hablantes». ⁶⁹ En él, se habla de *repente otra lengua*. Abre una *fisura en la certeza dominante hasta el momento al invocar una constelación totalmente diferente del ser*. Los acontecimientos son vueltas en las que se produce un vuelco, una caída del dominio. Un acontecimiento *deja encontrar en su lugar algo que faltaba en el estado anterior*.

Frente a la *vivencia*, la *experiencia* radica en una *discontinuidad*. Experiencia significa transformación. En una conversación, Foucault hace la observación de que la *experiencia* en Nietzsche, Blanchot y Bataille sirve para «arrancar al sujeto de sí mismo, de manera que no sea el mismo o sea llevado a su destrucción o disolución». ⁷⁰ *Ser-sujeto* significa *estar-sometido*. La *experiencia* lo arranca de su sometimiento. Se opone a la psicopolítica neoliberal de la *vivencia* o de la *emoción* que anuda al sujeto todavía más al estar sometido.

Con Foucault se puede concebir el arte de la vida como una praxis de la libertad que genera

69. M. Foucault, *Un der Subversion des Wissens*, Frankfurt del Meno, Fischer, 1987, p. 80.

70. M. Foucault, *Der Mensch ist ein Erfahrungsgestir. Gespräch mit Duccio Tombadori*, Frankfurt del Meno, Suhrkamp, 1996, p. 27.

una forma de vida totalmente distinta. Se desarrolla como una *des-psicologización*: «El arte de la vida significa matar la psicología y generar a partir de sí mismo y de las relaciones con otros individualidades, esencias, relaciones, cualidades que no tienen nombre». ⁷¹ El arte de la vida se opone al «terror psicológico» que se impone en pos de la subjetivización.

La psicopolítica neoliberal es la técnica de dominación que estabiliza y reproduce el sistema dominante por medio de una programación y control psicológicos. El arte de la vida como praxis de la libertad tiene que adoptar la forma de una *des-psicologización*. Desarma la psicopolítica como medio de sometimiento. Se *des-psicologiza* y vacía al sujeto a fin de que quede libre para esa forma de vida que todavía no tiene nombre.

71. M. Foucault, *Ästhetik der Existenz. Schriften zur Lebenskunst*, Frankfurt del Meno, Suhrkamp, 2007, pp. 107 y ss.

Idiotismo

En su curso sobre Spinoza de 1980, Deleuze observa lo siguiente: «Literalmente, yo diría que se hacen los idiotas. Hacerse el idiota. Hacerse el idiota siempre ha sido una función de la filosofía». Es una función de la filosofía representar el papel de idiota. Desde un comienzo, la filosofía está muy unida al idiotismo. Todo filósofo que genera un nuevo idioma, una nueva lengua, un nuevo pensamiento, habrá sido necesariamente un idiota. Solo el idiota tiene acceso a lo *totalmente otro*. El idiotismo descubre al pensamiento un *campo inmanente de acontecimientos y singularidades* que escapa a toda subjetivización y psicologización.

72. G. Deleuze, *En medio de Spinoza*, Buenos Aires, Cactus, 2008, p. 28, y P. Menge, *Faire l'idiot. La politique de Deleuze*, Paris, Éditions Gemina, 2013.

La historia de la filosofía es una historia de los idiotismos. Sócrates, que solo sabe que no sabe nada, es un idiota. También es un idiota Descartes, que pone todo en duda. *Cogito ergo sum* es un idiotismo. Una contracción interna del pensamiento hace posible otro comienzo. Descartes *piensa al pensar el pensamiento*. El pensamiento recupera el estado virginal al relacionarse consigo mismo. Deleuze opone al idiota cartesiano otro idiota:

El idiota antiguo pretendía alcanzar unas evidencias a las que llegaría por sí mismo: entretanto dudaría de todo [...]. El idiota moderno no pretende llegar a ninguna evidencia [...], quiere lo absurdo, no es la misma imagen del pensamiento. El idiota antiguo quería lo verdadero, pero el idiota moderno quiere convertir lo absurdo en la fuerza más poderosa del pensamiento, es decir, crear.⁷³

Hoy parece que el tipo del marginado, del loco o del idiota ha desaparecido prácticamente de la sociedad. La total conexión en red y la comunicación digitales aumentan la coacción a la conformidad considerablemente. La violencia del

consenso reprime los idiotismos. Botho Strauss conoce bien la diferencia entre el conformismo actual y la convención burguesa:

Para él, el idiota, es como si todos los demás hablaran desde un acuerdo minucioso. Regulado hasta el grado de concordancia más tolerable. [...] Una convención mucho más inflexible que cualquier otra conocida en tiempos burgueses.⁷⁴

El idiota es un idiosincrático. La idiosincrasia es una mezcla particular de los fluidos corporales y de la hipersensibilidad que resulta de ellos. Donde rige la aceleración de la comunicación, la idiosincrasia, debido a su defensa inmunológica, representa un obstáculo. Bloquea el intercambio comunicativo ilimitado. Se reprime totalmente la reacción inmunológica para acelerar la circulación de información y de capital. La comunicación alcanza su máxima velocidad allí donde lo igual reacciona a lo igual. La resistencia y rebeldía de la otredad o de la extrañeza perturba y ralentiza la comunicación llana de lo igual. Precisamente en el *infierno de lo igual* alcanza la comunicación su velocidad máxima.

73. G. Deleuze y F. Guattari, *¿Qué es la filosofía?*, Barcelona, Anagrama, 2001, p. 63.

74. B. Strauss, *Lichter des Toren. Der Idiot und seine Zeit*, Múnich, Diederichs, 2013, p. 10.

A la vista de la coacción a la comunicación y a la conformidad, el idiotismo representa una praxis de la libertad. El idiota es por esencia el desligado, el desconectado, el desinformado. Habita un *afuera impensable* que escapa a la comunicación y a la conexión:

El idiota da vueltas como una rosa arrancada en el remolino de los hombres resueltos, de los hombres en consenso. Habitantes y miembros de una conformidad enigmática.⁷⁵

El idiota es un hereje moderno. Hereje significa *elección*. El herético es quien dispone de una *elección libre*. Tiene el valor de desviarse de la ortodoxia. Con valentía se libera de la coacción a la conformidad. El idiota como hereje es una figura de la resistencia contra la violencia del consenso. Salva la magia del marginado. Frente a la creciente coacción a la conformidad sería hoy más urgente que nunca aguzar la *conciencia herética*.

El idiotismo se opone al poder de dominación neoliberal, a la comunicación y vigilancia totales. El idiota no «comunica». Pues se comunica con lo incommunicable. Así se recoge en el silencio. El idiotismo construye *espacios libres de silencio, quietud y soledad* en los que es posible de-

75. *Ibid.*, p. 11.

cir algo que realmente merece ser dicho. Ya en 1995, Deleuze anuncia su *Política del silencio*. Está dirigida contra la psicopolítica neoliberal que obliga precisamente a la comunicación y a la *información*:

La dificultad hoy en día no estriba en expresar libremente nuestra opinión, sino en generar espacios libres de soledad y silencio en los que encontremos algo que decir. Fuerzas represivas ya no nos impiden expresar nuestra opinión. Por el contrario, nos coaccionan a ello. Qué liberación es por una vez no tener que decir nada y poder callar, pues solo entonces tenemos la posibilidad de crear algo singular: algo que realmente vale la pena ser dicho.⁷⁶

El *idiot savant* tiene acceso a un conocimiento totalmente distinto. Se eleva sobre lo horizontal, sobre el mero estar informado o conectado:

El *idiot savant*, como se solía llamar primero a los autistas, podría quedar libre como concepto y ser aplicado a aquellos aventureros que están unidos de otra manera que únicamente entre sí.⁷⁷

76. G. Deleuze, «Mediators», en *Negotiations*, Nueva York, 1995, p. 129, citado en: M. Hardt y A. Negri, *Demokratische Kämpfe*, Frankfurt del Meno, Campus, 2013, p. 21.

77. B. Strauss, *Lichter des Toren*, *Der Idiot und seine Zeit*, op. cit., p. 11.

El idiotismo abre un espacio virginal, la lejanía que requiere el pensamiento para iniciar un hablar totalmente distinto. El *idiot savant* vive en la lejanía como el estilita. Una tensión vertical lo capacita para una *concordia superior* que lo hace receptivo para los *acontecimientos*, para las *emisiones del futuro*:

Estilita, erguido en una columna, antena. Las ondas de la emisión desmesurada generan en la boca del santo el mismo murmullo que las señales débiles que el idiota recibe del mundo.⁷⁸

Inteligencia significa *escoger entre (inter-legere)*. No es totalmente libre en la medida en que está atrapado en un *entre* de carácter sistemático. No tiene ningún acceso al *afuera* porque solo tiene elección entre opciones dentro del sistema. Por tanto, no tiene una *decisión libre*, sino una *elección de ofertas* que proporciona el sistema. La inteligencia sigue la lógica de un sistema. Es immanente al sistema. Así pues, la inteligencia no tiene ningún acceso a lo *totalmente otro*. Habita lo horizontal mientras que el idiota toca lo vertical abandonando el sistema predominante, es decir, la inteligencia: «El interior de la estupidez es frä-

78. *Ibid.*, p. 165.

gil y transparente como las alas de la libélula, se tornasolea de inteligencia y es superada».⁷⁹

En su último texto, *La immanencia: una vida...*, Deleuze eleva la immanencia a una fórmula de la felicidad: «Se podría decir que la pura immanencia es una vida y nada más. No es immanencia en la vida, sino que es, por cuanto lo immanente que no está en nada, en sí misma la vida».⁸⁰ La immanencia es por ello algo que no «está en nada» porque no es immanente a algo otro, sino solo a sí mismo. Así pues, es la «immanencia de la immanencia». No está

79. *Ibid.*, p. 7. En su *Tratado de la idiotie*, Clément Rosset distingue expresamente la estupidez de la «falta de inteligencia» como lo opuesto a la inteligencia. Con ello le atribuye un potencial creativo: como opuesta de la inteligencia, «En general, se equipara la estupidez a la falta de inteligencia, se ve como lo opuesto a la inteligencia. De esta manera se opone una inteligencia receptiva, flexible y prudente a una estupidez caracterizada como durmiente, insensible y momificada [...] En verdad, no hay nada tan receptivo, flexible y prudente como la estupidez (C. Rosset, *Das Reale, Theater über die Idiotie*, Frankfurt del Meno, Suhrkamp, 1998, p. 183). Una apertura y receptividad limitadas distinguen a la estupidez, mientras que la falta de inteligencia es limitada. La falta de inteligencia es *poivre en expérience*. Así, no tiene acceso al *acontecimiento*: «La falta de inteligencia cierra tras sí las puertas: indica la prohibición de determinados accesos a este o aquel conocimiento y, de este modo, delimita su horizonte de experiencia». La estupidez, por el contrario, «está abierta a todo en la medida en que convierte un objeto cualquiera en objeto de su atención y de su entusiasmo». Es una «vocación», un sacerdocio con todos sus ídolos, sus sacerdotes y sus devotos» (*Ibid.*, p. 185).

80. G. Deleuze, «Die Immanenz: ein Leben ...», en *Finchthieren der Philosophie*, München, Wilhelm Fink, 1996, p. 30.

sometida a nada. Se basta a sí misma. A este nivel de immanencia de la vida no es posible elevar un orden de dominación. El capital se manifiesta como *trascendencia* que se aliena de la vida. La *immanencia como vida* supera esta relación de enajenación.

La pura immanencia es el *vacío* que no se deja ni psicologizar ni subjetivizar. La vida immanente es *por el vacío más ligera, rica, incluso libre*.⁸¹ No la individualidad o la subjetividad, sino la singularidad distingue a los idiotas. En su esencia es similar a los niños, que todavía no son un individuo, una persona. No constituyen su existencia cualidades personales, sino *acontecimientos* impersonales:

Así, se parecen entre sí como los niños en edad temprana y apenas poseen individualidad, pero tienen singularidades, una sonrisa, un gesto, una mueca, sucesos que no tienen propiedades subjetivas. Los niños pequeños son atravesados por una vida immanente que es pura potencia, incluso felicidad por encima de padecimientos y debilidades.⁸²

El idiota se asemeja al *homo tantum* «que ya no tiene ningún nombre, aunque no se le puede con-

81. Sobre el concepto de vacío cf. B.-C. Han, *Philosophie des Zeit-Buddhismus*, Stuttgart, Reclam, 2002; y *Abwesen. Zur Kultur und Philosophie des Fernen Ostens*, Berlin, Merve, 2007.

82. G. Deleuze, *Die Immanenz*, pp. 31 y ss.

fundir con nadie».⁸³ El nivel de immanencia al que tiene acceso es la matriz de la des-subjetivización y de la des-psicologización. Es la negatividad, que arranca al sujeto de sí mismo y lo libera «en la incommensurabilidad del tiempo vacío».⁸⁴ El idiota no es ningún sujeto: «Más bien una existencia floral: simple apertura hacia la luz».⁸⁵



83. *Ibid.*, p. 31.

84. *Ibid.*

85. B. Strauss, *Lichter des Töten. Der Idiot und seine Zeit*, op. cit., p. 175.

El filósofo Byung-Chul Han dirige ahora su mirada crítica hacia las nuevas técnicas de poder del capitalismo neoliberal, que dan acceso a la esfera de la psique, convirtiéndola en su mayor fuerza de producción. La psicopolítica es, según Han, aquel sistema de dominación que, en lugar de emplear el poder opresor, utiliza un poder seductor, inteligente (*smart*), que consigue que los hombres se sometan por sí mismos al entramado de dominación.

En este sistema, el sujeto sometido no es consciente de su sometimiento. La eficacia del psicopoder radica en que el individuo se cree libre, cuando en realidad es el sistema el que está explotando su libertad. La psicopolítica se sirve del *Big Data*, que, como un *Big Brother* digital, se apodera de los datos que los individuos le entregan de forma efusiva y voluntaria. Esta herramienta permite hacer pronósticos sobre el comportamiento de las personas y condicionarlas a un nivel prerreflexivo. La expresión libre y la hipercomunicación que se difunden por la red se convierten en control y vigilancia totales, conduciendo a una auténtica crisis de la libertad.

Según Byung-Chul Han, este poder inteligente podría detectar incluso patrones de comportamiento del inconsciente colectivo que otorgarían a la psicopolítica un control ilimitado. Nuestro futuro dependerá de que seamos capaces de servirnos de lo inservible, de la singularidad no cuantificable y de la *idiotéz* –dice incluso– de quien no participa ni comparte.

ISBN: 978-84-254-3398-6
9 788425 433986



Herder

www.herdereditorial.com