



UNIVERSITAT<sub>DE</sub>  
BARCELONA

## Jo S.A.: individualisme possessiu versus jo relacional en la modernitat líquida

Lluís Soler Alsina



Aquesta tesi doctoral està subjecta a la llicència **Reconeixement 4.0. Espanya de Creative Commons.**

Esta tesis doctoral está sujeta a la licencia **Reconocimiento 4.0. España de Creative Commons.**

This doctoral thesis is licensed under the **Creative Commons Attribution 4.0. Spain License.**



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

# JO S.A.: INDIVIDUALISME POSSESSIU VERSUS JO RELACIONAL EN LA MODERNITAT LÍQUIDA

**Doctorand: Lluís Soler Alsina**


**Director: Gonçal Mayos Solsona**

**Tutor: Gonçal Mayos Solsona**

**Universitat de Barcelona. Facultat de Filosofia**

**Tesi doctoral del programa de doctorat de Ciutadania i Drets Humans.**

**Curs: 2019/2020**

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

**Signat: Lluís Soler Alsina**

# SUMARI

<b>Introducció</b>	<b>1</b>
Objecte d'estudi	2
Objectius	11
Justificació	19
La mirada: enfocament teòric i epistemològic	22
Les eines: anàlisi teòric i contrast amb literatura sobre el jo	31
<b>Les hipòtesis</b>	<b>38</b>
Hipòtesis de caire històric	39
Hipòtesis centrades en el capital i les empreses	44
Hipòtesis sobre individu i propietat	48
<b>PART I: GÈNESI I CONSOLIDACIÓ DE L'INDIVIDU, EL CAPITALISME I L'ESTAT</b>	<b>64</b>
El concepte modern d'individu (I): plantejament del problema	65
El concepte modern d'individu (II): <i>l'homo oeconomicus</i>	66
Capitalisme	67
El marc jurídic i institucional	77
Modernització i normalització: la lògica disciplinària del poder	79
La perspectiva sociològica: comunitat i associació	83
<b>La nova visió empírico-racional</b>	<b>90</b>
Thomas Hobbes	90
John Locke	94
David Hume	98
Adam Smith	101
Capitalisme, Estat i individu en la tradició empírica i il·lustrada	105
<b>El jo romàntic</b>	<b>110</b>
El Romanticisme: una breu introducció	110
Jean-Jacques Rousseau	112
Johann Gottfried Herder	117
Johann Gottlieb Fichte	119
Excurs literari (I): Seny i sentiment	121
Excurs literari (II): Madame Bovary	123
El nou jo romàntic davant el capitalisme i l'Estat	124

<b>Ni la propietat privada ni el jo són el que semblen: Marx i Freud</b>	<b>128</b>
Karl Marx	130
Sigmund Freud: l'inconscient i la complexitat del jo	137
<b>Conclusions d'aquest apartat</b>	<b>146</b>
<b>PART II: L'ANÀLISI TEÒRICA</b>	<b>154</b>
Transformacions recents del capitalisme	155
<b>Racionalitat neoliberal i individualisme</b>	<b>161</b>
Vers una reformulació de la concepció convencional del neoliberalisme	161
Crisi d'acumulació i interessos de classe: la visió de David Harvey	163
El neoliberalisme com a mode d'acumulació i construcció del subjecte	166
El neoliberalisme com una nova tècnica de govern: Michel Foucault	168
Neoliberalisme contra democràcia: Wendy Brown	172
El neoliberalisme com a racionalitat global: Christian Laval i Pierre Dardot	175
Tecnologies del jo i neoliberalisme: Peter Sloterdijk	180
El neoliberalisme entès com una cosmovisió global: Gonçal Mayos	184
De la biopolítica a la psicopolítica: la perspectiva de Byung-chul Han	185
Mercat i competència = individu i societat lliures: F. A. Hayek	188
La llibertat d'escollir com a paradigma total: Milton Friedman	196
El càlcul de costos i beneficis com a paradigma total: Gary Becker	204
Racionalitat neoliberal i individualisme: algunes conclusions	207
<b>Consum i individu com a emprenedor</b>	<b>211</b>
Consum, gust i estatus	217
<b>Modernitat líquida, societat del risc i renegociació de rols</b>	<b>222</b>
Acceleració temporal, fragmentació i capitalisme actual	223
Modernitat líquida i individualització: Zygmunt Bauman	225
Procés d'individualització i societat del risc: Ulrich Beck	228
Individualització actual versus lògica disciplinària: Gilles Lipovetsky	231
Nou model d'individu, nous rols	236
<b>Individu i comunitat</b>	<b>239</b>
<b>Estètica, principi de plaer i subjecte neoliberal</b>	<b>244</b>
Estetització del món i capitalisme artístic: Gilles Lipovetsky i Jean Serroy	244

L'artista com a nou model capitalista: Ève Chiapello i Luc Boltansky	249
Creativitat i neoliberalisme	255
<b>Neoliberalisme i immediatesa: el temps com a dispositiu de control</b>	<b>259</b>
<b>Labor, treball i consum: Hannah Arendt</b>	<b>265</b>
Artesania versus consum: la importància de la cultura material	268
<b>Economia col·laborativa i propietat: alternativa o reforçament?</b>	<b>272</b>
Cost marginal zero, "prosumidor" i procomú col·laboratiu: Jeremy Rifkin	273
Economia col·laborativa = expansió de la desregulació neoliberal: Tom Slee	276
Economia col·laborativa i capitalisme de plataformes: Nick Srnizek	279
Barreja de lògiques econòmiques i de règim de propietat: Lawrence Lessig	281
Comú = gestió democràtica conjunta + reciprocitat: Laval i Dardot	284
<b>Recapitulació: divorci entre possessió, propietat i poder</b>	<b>288</b>
<b>PART III: INDIVIDU NEOLIBERAL I PROPIETAT</b>	
<b>SEGONS EL MANAGEMENT</b>	<b>303</b>
El cànon de l'autoajuda i l'èxit professional: Dale Carnegie	306
El canvi permanent com a nova normalitat: <i>Quién se ha llevado mi queso</i>	309
Organitzacions exponencials: canvi disruptiu i obsolescència de la propietat	312
La construcció de la marca personal com si fos una ciutat: Risto Mejide	316
Valueholder: de treballador a empresari portador de valor	319
La perspectiva del coaching: de l'ésser al fer, i del fer al tenir	322
El màrqueting: del producte a l'experiència i del consumidor al col·laborador	328
De l'empresari de si mateix a l'individu start-up professional i existencial	332
Indústria de la felicitat, empenedoria i nova normalitat	336
Recapitulant: literatura sobre superació personal i gestió empresarial	342
<b>Conclusions</b>	<b>348</b>
Confluències de fórmules en relació a la propietat o conflicte?	348
Quan posseir (diners i actius estratègics) rima amb compartir (experiències)	350
Externalització i reapropiació de la lògica del do: la perspectiva empresarial	353
Entre el màrqueting personal, l'expressió del jo i els lligams socials	357
Individualisme possessiu, jo interior i societat disciplinària: el context històric	363
Principi de realitat i principi de plaer: d'antagònics a complementaris	365
La creativitat, pont entre el principi de realitat i el principi de plaer?	368
Entre l'expressió del jo singular i la comunitat	370

El rerefons subjacent: risc, incertesa i renegociació de rols	372
Èxit, felicitat i autenticitat: els nous eixos legitimadors del jo	374
Aspectes i interrogants que requereixen investigacions addicionals	377
<b>Bibliografia consultada</b>	<b>380</b>

# INTRODUCCIÓ

## Resum

Aquesta investigació pretén analitzar i comprendre, dins el context de l'auge del neoliberalisme i de la modernitat líquida, la configuració d'una nova visió de l'individu en què la noció de propietat privada coexisteix amb l'auge de diverses formes d'accés a béns i serveis en plataformes col·laboratives. Amb el rerefons històric de l'estret lligam entre possessió —de terres i béns, però també del propi cos— i legitimitació del capitalisme, es pretén copsar el significat i l'abast que en l'actualitat hom atorga a l'accés, la compartició o la propietat i quin és el seu paper en la en la configuració del jo. Aquesta recerca combina les aportacions teòriques i conceptuals de diverses disciplines amb l'anàlisi de textos representatius de la literatura popular i professional d'autoajuda, management i màrqueting.

## Resumen

Esta investigación pretende analizar y comprender, en el contexto del auge del neoliberalismo y de la modernidad líquida, la configuración de una nueva visión del individuo en el que la noción de propiedad privada coexiste con el auge de diversas formas de acceso a bienes y servicios en plataformas colaborativas. Con el trasfondo histórico del estrecho vínculo entre posesión —de tierras y bienes, pero también del propio cuerpo— y legitimación del capitalismo, se pretende entender el significado y el alcance que en la actualidad se otorga al acceso, la compartición o la propiedad y cuál es su papel en la configuración del yo. Esta investigación combina las aportaciones teóricas y conceptuales de diversas disciplinas con el análisis de textos representativos de la literatura popular y profesional de autoayuda, gestión empresarial y márketing.

## Abstract

This research aims the analysing and understanding, within the current context of a rising neoliberalism and the so called Liquid modernity, the configuration of a different view of the individual itself in which the notion of private property coexists with the rising of new different ways to have access to goods and services located on collaborative platforms. With the historical background of the close link between possession —of land and property, but also of the very body itself— and legitimization of capitalism, it is intended to fully understand the currently given meanings and scope to the concepts of access, sharing or ownership as well as their role in the shaping of every own's one-self. This research combines theoretical and conceptual contributions from several disciplines with the analysing of popular and professional literature on self-help, business management and marketing.



## Objecte d'estudi

En el decurs dels darrers anys, hom assisteix a una proliferació de diverses fórmules d'obtenció i gaudi de béns i serveis que no passen necessàriament per la compra. Des del pagament per l'accés al lloguer, l'intercanvi, l' streaming —gratuït o de pagament— o la multipropietat, les fórmules són cada cop més diverses. Dins aquest ventall, hi ha una opció que sembla sobresortir: l'anomenada economia col·laborativa, una modalitat en què dades, mercaderies i serveis s'ofereixen i, sovint, es modifiquen i creen en comú, a vegades sota el pagament d'una quota, però en d'altres ocasions sense que hi hagi intercanvi econòmic. Alguns analistes veuen en aquest fenomen una alternativa viable no tan sols a la propietat privada sinó també al capitalisme. Així, segons exposa Jeremy Rifkin a *La sociedad de coste marginal cero: el Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo* (2014), el "procomú", entès com la propietat i la gestió compartida d'un o diversos béns i serveis per part d'un grup, anirà convertint-se en el nou model de gestió dominant. Però la seva rellevància no acabaria aquí, ni molt menys: al capdavall, parlar de tipus de propietat equival a parlar de sistema econòmic i social. Més encara: a parlar de la manera amb què ens relacionem amb el món, amb els altres... i amb nosaltres mateixos. No és estrany, doncs, que Rifkin consideri que l'auge de l'economia col·laborativa actuarà de catalitzador d'una nova cosmovisió, de nous valors culturals i d'una nova manera d'organitzar la societat i les seves institucions radicalment diferent a la que ha dominat durant els darrers segles. Tant, que tal vegada marqui l'emergència d'una civilització fonamentada sobre unes noves bases :

Los nuevos prosumidores colaboran y comparten bienes y servicios en un procomún en red que se distribuye por todo el mundo con unos costes marginales casi nulos. Esta situación altera el funcionamiento de los mercados capitalistas, y el choque económico que se avecina entre colaboracionismo y capitalismo, además de ser una manifestación de un conflicto cultural, probablemente redefinirá la naturaleza de la aventura humana en los próximos años. ( Jeremy Rifkin, 2014 : 217).

Amb tot, en molts casos la propietat privada no dona símptomes de defallir i manté el seu atractiu entre amplis segments de la població. Aquest seria el cas, en especial, de la indústria del luxe (Gilles Lipovetsky. *El lujo eterno: de la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*, 2004), però també de grans propietats immobiliàries i de tota mena d'actius financers.

Una primer pregunta emergeix, doncs, d'una manera clara: com i perquè propietat, lloguer, pagament per accés i fins i tot creació i intercanvi de dades, coneixements i serveis coexisteixen, de manera que el creixement de les noves fórmules col·laboratives no frena l'ímpetu per comprar i vendre; si més no, no pas en tots els àmbits, en tots els sectors? Sens dubte, es tracta d'un interrogant que té profundes implicacions econòmiques, sense les quals és impossible entendre'n

l'abast i el significat. Tanmateix, en aquesta recerca focalitzarem l'atenció en la relació entre aitals fórmules d'accés a béns, dades, coneixements i experiències i la construcció de la subjectivitat dominant en l'actualitat. Allò que ens interessa és esbrinar com aquestes diverses maneres d'accedir a dades, béns i serveis —així com a les relacions humanes que s'estableixen a través d'aquests intercanvis i interaccions—incideixen en la noció d'individu que emergeix en l'imaginari popular i, més concretament, en la configuració dels seus trets bàsics i de com i de quina manera s'ha de relacionar amb el món i amb els altres individus.

Tenim doncs, dos grans blocs que entren en alguna mena de relació. D'una banda, les possibles vies a través de les quals hom fa ús, accedeix, posseeix o consumeix tota mena d'objectes, serveis i elements intangibles com ara coneixements, idees o experiències. De l'altra, la noció d'individu, de quins són els seus trets i atributs fonamentals. Analitzat en aquests termes, l'interrogant inicial ha de ser reformulat de la següent manera: com i perquè l'individu modern alterna i, alhora, compagina propietat, lloguer, pagament per accés i, sobretot, la col·laboració, la gestió en comú?

Arribats a aquest punt sorgeix, però, un problema: cap d'aquests dos blocs té un significat clar i unívoc. Per descomptat, és possible —tot i que gens senzill— acotar una definició jurídica, i fins i tot econòmica, de la propietat<sup>1</sup>, el lloguer o la compartició en qualsevol de les seves modalitats, però una altra cosa, ben diferent, és fer-ho a nivell sociològic i antropològic. En efecte, aquestes modalitats constitueixen un conjunt de significats socialment compartits, de representacions socials que cristal·litzen en pautes, normes, ens, idees i rutines; és a dir, en institucions imaginàries<sup>2</sup>. Altrament dit: la propietat, el lloguer, l'accés o la compartició no només són quelcom que té una existència fàctica o material, sinó que, també i sobretot, són un producte de la ment, però no de la ment individual sinó de la interacció reiterada entre un conjunt de persones que comparteixen uns codis lingüístics, conceptuals i valoratius que els serveixen de base per a prendre decisions i actuar. Són el resultat d'una construcció social, d'un imaginari col·lectiu que, un cop establert i consolidat, presenta, això sí, tota l'aparença de solidesa de què gaudeix el món fàctic. Amb un afegit que reforça aquesta aparent solidesa: els seus efectes, les seves conseqüències, no tenen res d'imaginàries, sinó que són perfectament reals. En aquest sentit, es multipliquen les evidències que els significats que l'imaginari col·lectiu atribueix a la propietat o a la compartició són diversos i, a més, estan canviant. Així, la propietat privada, abans símbol de permanència, de continuïtat i de transmissió del llinatge —segons Locke, heretar la propietat és

---

<sup>1</sup> Vegeu, sobre l'evolució dels fonaments jurídics i filosòfics de la propietat privada al llarg de la història, l'obra en tres volums d'Antonio Escoto titulada *Los enemigos del comercio: historia de las ideas sobre la propiedad privada*. Madrid: Espasa, 2009-2017. Amb tot, i tal i com posteriorment veurem amb més detall, l'autor no entra a analitzar els canvis qualitius que experimenta el significat i l'abast de la propietat a partir del sorgiment del capitalisme.

<sup>2</sup> Examinarem el significat i l'abast d'aquest terme properament, al capítol titulat "La mirada: enfocament teòric i epistemològic. Per a més informació, vegeu: Cornelius Castoriadis. *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets, 1983.

un dret natural previ a qualsevol acord polític i que, per tant, està per sobre de les decisions col·lectives<sup>3</sup>— canvia avui de mans a una velocitat de vertigen; a vegades, en qüestió de segons<sup>4</sup>, a cop de clic. Més divergents encara són els significats del que hom engloba sota el nom d'economia col·laborativa: des de lucratiu negocis que adopten la figura i el concepte de plataforma per a fer d'intermediaris entre proveïdors i clients, tipus Airbnb o Cabify<sup>5</sup> fins a fórmules genuïnes d'intercanvi no lucratiu.

Però si els imaginaris socials sobre propietat, accés i compartició disten molt de ser unívocs, tampoc hi ha un acord sobre què entenem per individu. Des de ja fa vàries dècades, abunden els estudis que posen de manifest que, lluny de ser una categoria merament descriptiva<sup>6</sup> que senzillament denomina un ens —l'ésser humà concret, únic, l'existència i els trets bàsics del qual són clarament delimitables i inamovibles— allò que avui entenem per individu és el resultat d'un constructe social i cultural, d'un seguit de teories i pràctiques discursives, però també de complexos processos de caire socioeconòmic, que experimenten canvis i evolucions al llarg del temps. Unes teories, uns discursos i uns processos socials que, si més no en el(s) sentit(s) amb què els utilitzem avui, tenen un origen històric concret, que podríem situar en el període que abasta des del segle XVII<sup>7</sup> fins a començaments del segle XX. I que, malgrat llurs diferències, a vegades abismals, conflueixen en un punt: la base de l'ordre social ja no és la família, el grup de parentiu, l'estament, el gremi o la comunitat, sinó l'individu, entès com un ésser autònom, capaç de prendre les seves pròpies decisions i dotat, a més, d'una singularitat que el fa portador de drets inalienables. I la societat, en què consistiria, quin paper tindria? Segons aquest enfocament, seria, bàsicament, el resultat d'un pacte, d'un consens entre individus que, en virtut de llurs drets naturals i de la legítima defensa dels seus interessos, arribarien a uns acords per tal de fer possible la vida en comú.

Aquesta noció no ha desaparegut. En tot cas, s'ha exacerbat i, alhora, s'ha tornat més complexa. D'entrada, l'auge de la versió neoliberal del capitalisme ha comportat no tan sols el progressiu desmantellament de bona part de les institucions i les polítiques de l'estat del benestar,

---

<sup>3</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió: John Locke. *Primer Tratado sobre el gobierno civil*, 88 : 1997.

<sup>4</sup> Sobre l'acceleració dels cicles de compra i venda, així com sobre l'obsolescència creixent de béns i serveis, tindrem ocasió d'examinar diferents textos. Un dels que tracta més abastament aquesta qüestió és: David Harvey. *La condició de la postmodernidad: investigaciones sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu, 2012.

<sup>5</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió: Nick Srnicek. *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja negra, 2018.

<sup>6</sup> En el decurs d'aquestes pàgines tindrem ocasió d'analitzar diverses aproximacions a la noció d'individu. Tanmateix, i si més no a nivell d'estudi històric i sociològic particularment rellevant, podríem destacar: Norbert Elias. *La sociedad de los individuos*. Barcelona: Península, 2000.

<sup>7</sup> Òbviament, hom pot cercar-ne l'origen ben abans (vegeu, per exemple: Louis Dumont. *Ensayos sobre el individualismo: una perspectiva antropológica sobre la ideología moderna*. Madrid: Alianza, 1987), però, tal i com analitzarem a l'apartat 1, és a partir del segle XVII quan l'aparició d'un seguit de factors històrics i d'uns discursos innovadors, i fins i tot disruptius, generen una visió sobre l'individu radicalment nova. nova.

sinó també de la pèrdua de rellevància d'agents col·lectius com ara partís polítics o sindicats<sup>8</sup>. En altres termes: pèrdua de vincles col·lectius i minva de mecanismes socioeconòmics de suport. El resultat és que l'individu, avui, ha d'afrontar per si mateix els reptes i riscos de la societat contemporània i que, per a fer-ho, haurà de competir durament. Arreu i contra tothom. L'augment de la competitivitat ve acompanyada, però, d'un segon tret remarcable: la complexitat i la creixent indefinició sobre el jo: en l'actualitat, ni les pautes de comportament, ni les idees, valors i rols, ni tan sols els referents sobre la identitat personal són clars. De fet, succeeix just el contrari: s'han de construir i, és clar, s'han de presentar i justificar davant els altres i davant un mateix.

Amb aquests elements, la pregunta inicial ha de tornar a ser formulada en els termes següents: com i perquè el subjecte neoliberal actual alterna i, alhora, compagina propietat, lloguer, pagament per accés i, sobretot, un model en principi antagònic al de la propietat com és la col·laboració, la gestió en comú?

D'aquest interrogant se'n desprèn un altre: quin paper juguen les diverses formes d'accedir a béns, serveis, idees i coneixements —cadascuna de les quals porta implícita una determinada manera de relacionar-se amb el món i amb els altres— en la construcció del subjecte neoliberal?

Tornem, però, a la noció d'individu: històricament, la idea que la societat es compon de subjectes autònoms, dotats de característiques pròpies i singulars, posseïdors, amb caràcter inalienable, de drets, d'entre els quals destaca el de perseguir la consecució dels seus propis interessos, apareix estretament lligada al paper de la propietat. En concret, de la propietat privada. Des de Hobbes i, sobretot, Locke, Hume i Smith, passant per l'utilitarisme d'Stuart Mill, un dels trets cabdals del pensament il·lustrat i, més concretament, del liberalisme i l'utilitarisme<sup>9</sup>, és la defensa que la propietat privada constitueix un dret bàsic i inseparable de l'individu. I això inclou el dret a comprar-la, vendre-la, llogar-la i transmetre-la en herència. Més encara: també el propi cos, així com els fruites que hom pugui obtenir d'ell —treball físic, coneixements i habilitats manuals o tècniques— pot ser posat a la venda en el mercat de treball i obtenir-ne a canvi un sou, uns ingressos. Hom considera el fruit del treball, el talent i les habilitats de cadascú com una propietat, com un actiu de l'individu que, quan vulgui, pot posar al mercat per treure'n un guany.

I és justament en el context de la consciència de l'estreta interrelació entre individu modern i propietat privada que a partir dels anys 70 del segle passat es popularitza la tesi de

---

<sup>8</sup> Són múltiples i molt variats els estudis sobre aquests fenòmens. Un dels més rellevants, i que tindrem ocasió d'analitzar en aquesta recerca, l'ofereix el llibre de Wendy Brown titulat *El pueblo sin atributos: la secreta revolución del neoliberalismo* (Barcelona: Malpaso, 2016).

<sup>9</sup> Hi ha diversos estudis que analitzen a fons el lligam entre la propietat privada i l'emergència de l'individualisme en el pensament i la cultura modernes. A banda del clàssic de Macpherson (*La teoría política del individualismo posesivo*, 1970), del qual farem esment tot seguit, paga la pena assenyalar també el llibre de Nieves San Merio Martín titulat *Sobre la propiedad: el concepto de propiedad e la Edad Moderna* (Madrid: Tecnos, 2005), així com l'obra de Christian Laval titulada *L'homme économique: essai sur les racines du neoliberalisme* (Paris: Gallimard, 2007).

“l’individualisme possessiu” (C. B. Macpherson. *La teoría política del individualismo posesivo*, 1970), segons la qual pensadors com Hobbes, Hume i, sobretot, Locke, generen una noció d’individu centrat en la possessió i acumulació. De terres, béns de producció, però també, i en primer terme, del propi cos i del jo:

El individualismo original del siglo XVII contenía la dificultad fundamental, que consiste en su carácter posesivo. Y ese carácter posesivo se halla en la concepción democrático-liberal del individuo, que es visto esencialmente como propietario de su propia persona o de sus capacidades sin que deba nada a la sociedad por ellas. (C. B. Macpherson. *La teoría política del individualismo posesivo*, 1970 : 14).

Doncs bé, aquesta noció servirà per a bastir una potent i eficaç legitimació del capitalisme. El capitalisme és un sistema econòmic, però necessita un rerefons institucional, social i cultural que, entre d’altres requisits, atorgui plena llibertat a individus i empreses per a adquirir, llogar, vendre, bescanviar i transmetre en herència tota mena d’objectes, béns, terres, cases i serveis. I necessita, també, que com a fruit d’aquesta activitat incessant hom pugui acumular-los a gran escala; de fet, a una escala virtualment il·limitada. Al capdavall, l’acumulació incessant de capital —de guanys que, un cop obtinguts, són reinvertits en béns de capital, en maquinària, terrenys i naus i mà d’obra, per tal de poder generar més beneficis que, al seu torn, tornen a ser invertits, en una espiral sense aturador— passa per permetre la plena llibertat de mercat per a tot tipus de mercaderies.

Certament, el mercat, entès com una institució social en què una pluralitat d’agents bescanvien béns i serveis i realitzen una activitat econòmica regulada per l’oferta i la demanda, ha estat present en un extens ventall de cultures i èpoques. Tanmateix, el mercat sempre ha restat supeditat a principis polítics, culturals i simbòlics aliens a la lògica estrictament pecuniària, a normes, pautes, creences, ritus i cosmovisions que en limitaven l’abast. En aquest sentit, sotmetre el conjunt de l’activitat productiva a la lògica del mercat i deslliurar-la de tota tutela política, social o religiosa constitueix una novetat històrica radical. Com també ho és la plena monetarització dels intercanvis econòmics i la consolidació d’un sistema bancari basat en treure guanys no de productes o serveis, sinó dels mateixos diners. Per últim, una altra novetat no menys radical i trencadora és concebre la terra i la mà d’obra com a mercaderies que també es poden comprar i vendre com qualsevol altra. La conjuminació d’aquests fenòmens, que apareixen als segles XVII-XVIII i es consoliden plenament a partir del mitjans del segle XIX, són un fet inèdit en termes històrics, i fins i tot antropològics:

En las sociedades no industrializadas, en las denominadas “sociedades primitivas”, el sistema de intercambio estaba integrado en la organización general de la sociedad. El *homo oeconomicus* es una invención reciente, pues es a la vez proyecto y producto de las sociedades

del laissez faire. (Karl Polanyi. *La gran transformación: crítica del liberalismo económico*, 2016 : 28).

El triomf del mercat com a forma d'organització econòmica, la conversió de l'entorn natural i de l'activitat humana en mercaderies i la substitució de l'intercanvi de béns físics a mans del diner tingueren, sens dubte, profundes repercussions a tots els nivells. Entre elles, la més significativa a efectes de la present recerca és l'emergència de l'*homo oeconomicus*, d'un model d'individu mogut, bàsicament, per l'interès, per la raó instrumental, per la predisposició a convertir-ho tot —objectes, però també relacions socials, idees, valors i, en general, el món que l'envolta<sup>10</sup>— en una eina, en un instrument al servei de la consecució dels seus objectius. I, més específicament, al servei del lucre, al servei de l'afany per a acumular propietats i diners. Acumular, més que no pas gastar o fer ostentació de la riquesa adquirida, heus ací una altra novetat en termes històrics i antropològics, car abans del sorgiment del capitalisme les societats

Estaban organizadas siguiendo los principios de la reciprocidad, de la redistribución, de la administración doméstica o de una combinación de las tres [...]. En este marco, la producción y la distribución ordenada de bienes estaban asegurados gracias a la existencia de toda clase de móviles individuales, disciplinados por los principios generales de comportamiento. Y de estas motivaciones, el beneficio no ocupaba el primer puesto. La costumbre y el derecho, la magia y la religión impulsaban el consumo. (Karl Polanyi, 2016 : 120).

Individu, propietat privada i afany de lucre: heus aquí tres elements que, en termes històrics, avancen de la mà. Els exemples de les interdependències i els lligams entre ells són múltiples i profunds. Només n'esmentarem un, prou representatiu: unes línies més amunt s'ha fet esment del fet que el sorgiment de la noció moderna d'individu comporta, entre d'altres efectes cabdals, concebre la societat com el resultat d'un pacte, d'un acord entre individus. Doncs bé: en honor a la veritat, i a la llum del que acabem de veure, s'imposa ara un matís; un matís d'allò més significatiu: en la tradició liberal clàssica, els únics titulars dels drets polítics —del dret a prendre part en la presa col·lectiva de decisions col·lectives i, per tant, de poder votar i ser votat— eren els adults homes, blancs<sup>11</sup>... i propietaris. Tan important era la construcció ideològica que lligava individu i possessió, que hom considerava evident que les persones que no disposessin de com a

---

<sup>10</sup> Sobre el triomf de la raó instrumental i la seva relació amb la modernitat, vegeu: Max Weber. *Economía y sociedad*. México D.F.: FCE, 2014, així com: Max Horkheimer i Theodor W. Adorno. *Crítica de la razón instrumental*. Barcelona: Trotta, 2002.

<sup>11</sup> L'anàlisi dels biaixos de gènere i ètnia en la gènesi i consolidació del capitalisme queda fora de l'abast d'aquesta recerca. Tanmateix, és imprescindible deixar-ne constància, ja que des del principi ha estat un dels seus trets constitutius. Hi ha una extensa bibliografia sobre aquest tema, d'entre la qual, i en relació al present objecte d'estudi, paga la pena assenyalar *El moderno sistema mundial* (2010), d'Immanuel Wallerstein i *Capitalismo. Una conversación desde la teoría crítica* (2019), de Nancy Fraser i Rahel Jaeggi.

mínim un habitatge i/o uns terrenys en propietat no eren aptes per a prendre part activa en l'esfera política i social<sup>12</sup>.

Uns lligams que es mantenen; més ben dit, que augmenten, amb la consolidació del model neoliberal del capitalisme. Al capdavant, un dels seus trets essencials, un dels més cabdals, és l'extensió de la dinàmica del mercat i del seu principi rector de comportament —a saber: la competitivitat a ultrança, la competència incessant a fi i efecte de guanyar quota de mercat i aconseguir així més guanys— al conjunt de les institucions socials i polítiques: administracions públiques, museus, universitats i hospitals, entre molts altres organismes, poden ser privatitzats i, encara que no ho siguin, s'han de regir pel mateix principi de competència que impera en el sector privat.

Més encara: el neoliberalisme també incideix, i de manera molt profunda, en els rols, les pautes i els valors personals. Amb un denominador comú: sigui quin sigui el nivell de renda, el lloc que hom ocupa dins l'empresa o organització on treballa i la classe social, tothom es veu impel·lit a actuar com un empresari, com algú que competeix constantment i que, per tant, ha de procurar optimitzar recursos, procurant obtenir els millors resultats amb els mínims costos possibles. I, des del moment que la lògica de la competència impregna totes les institucions i la vida de tots els individus, hom pot donar gairebé per segur el tercer element d'aquesta tríada, si més no d'entrada: el triomf, més notori i estès que mai abans, d'un model d'individu que prioritza l'adquisició i acaparament de com més propietats i més diners millor<sup>13</sup>. Arreu i a tothora.

Ara bé, si això és així, aquesta recerca haurà d'afrontar, de manera necessària i inherent a l'objecte d'estudi, un segon interrogant bàsic: com s'entén que, en un context marcat pel triomf d'un subjecte neoliberal ultracompetitiu i centrat en la maximització de beneficis, guanyin terreny diverses fórmules d'accés a béns, idees, coneixements i serveis que no passen per la propietat i que, en un nombre creixent de casos, són d'accés gratuït? Com és possible que un nombre creixent de persones —i fins i tot d'empreses— s'avinguin a intercanviar i/o compartir dades, informacions,

---

<sup>12</sup> De fet, es podria anar més lluny: hi ha força arguments de la tesi que entre el liberalisme i l'esclavisme hi ha lligams significatius. Segons la tesi de Domenico Losurdo exposada a *Contrahistoria del liberalismo* (2016), l'èmfasi del dret a la propietat inherent al liberalisme clàssic no tan sols el portà a justificar que només qui tingui un mínim de possessions és mereixedor dels drets cívics i polítics, sinó també a legitimar l'existència de l'esclavatge. Un esclavatge que, si bé seria molt anterior al liberalisme, hauria tingut en aquest corrent un element legitimador que n'hauria *augmentat* l'extensió i l'abast, en comptes de reduir-lo.

<sup>13</sup> En plena concordança amb aquest principi, un dels eixos vertebradors de l'acció de govern de Margaret Thatcher fou desmantellar el sistema d'habitatges públics de lloguer i convertir el major nombre possible de llogaters en propietaris. Més enllà dels objectius estrictament econòmics i fiscals, la finalitat d'aital mesura era inequívoca: convertir milions de persones en propietaris hauria de servir per a dissoldre els vincles socials i ideològics de classe social i estendre entre aquest important segment de la població —integrat, majorment, per assalariats i estudiants— els valors i les pautes de comportament propis del petit empresari: competitivitat, individualisme atomitzat, estalvi, responsabilitat personal, etc. Per tant, tot sembla indicar que un dels dirigents polítics que més ha contribuït a fornir i consolidar l'hegemonia neoliberal i acabar amb qualsevol substrat ideològic, conceptual i programàtic socialdemòcrata tenia ben clar que aital objectiu era inseparable de fer de la propietat l'opció hegemònica a l'hora d'accedir a béns i serveis.

productes i serveis en comptes de procurar adquirir-les i ser-ne, per tant, titular exclusiu? Com s'explica que una part considerable d'aquests intercanvis no passin per una contraprestació econòmica? I, al mateix temps, com és possible que aquesta absència de contraprestació econòmica es faci extensible a una part considerable de l'esforç, el talent i les habilitats de cadascú?

Amb tot, l'afany de lucre i la competitivitat no són els únics mòbils dels imaginaris col·lectius i de l'acció avui dominants. Ni tan sols ara, en ple auge del neoliberalisme. Al capdavant, i en la línia ja apuntada més amunt, en la "modernitat líquida" (Zygmunt Bauman, 2007), l'individu es veu impel·lit a canviar constantment de feina, hàbits de consum, pautes culturals, patrons de conducta, idees. Més encara: s'ha de "reinventar", ha de crear, una vegada i una altra, una nova narrativa sobre si mateix, sobre el seu jo que, a més, ha de saber transmetre-la de manera eficaç, tot evitant el perill de la irrellevància, de passar desapercebut. Per tant, ha de ser una persona singular, diferent, dinàmica i activa. I, sobretot, ho ha de demostrar als altres i a sí mateix. Tant, que fa de la seva vida una manifestació d'aital talent creatiu.

Aquesta faceta, ara exacerbada, entronca, però, amb un altre gran tret definidor de l'imaginari col·lectiu de l'individu modern: la noció romàntica del jo, segons la qual els homes —i, element cabdal, també les dones— no som ens que reaccionem de manera automàtica i previsible a uns determinats estímuls en funció dels nostres impulsos i/o interessos dominants, sinó que som subjectes que actuem creativament, éssers que, impel·lits per emocions i sentiments genuïns, generem noves realitats. I que, en fer-ho, expressem el nostre veritable —i sovint ocult— jo, la nostra singularitat impossible d'acotar i definir amb paràmetres científics. Certament, el Romanticisme com a moviment va començar a periclitat ben aviat, a mitjans segle XIX, però bona part del seu llegat, si més no pel que fa a la noció del jo abans esmentada, ha sobreviscut a través dels valors estètics dels successius moviments avantguardistes.

Aquesta noció romàntica del jo, recollida posteriorment per la figura de l'artista i pels moviments estètics que se succeeixen a partir de finals del segle XIX, ha mantingut, històricament, una relació de tensió, però alhora d'interdependència, amb la visió liberal esmentada més amunt. D'una banda, la noció d'individu i els valors que li són propis resulten antagònics amb els ideals que han format part del burgès, de l'individu possessiu centrat en l'estalvi, el càlcul instrumental i l'acatament dels convencionalismes. D'altra banda, però, han jugat un paper clau en el procés d'individualització i en la configuració dels trets bàsics del jo modern<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> Als primers capítols d'aquesta recerca, centrada en la gènesi de l'individualisme modern i la seva relació amb la propietat, tindrem ocasió d'analitzar amb profunditat aquests vincles, així com d'analitzar la bibliografia al respecte. Amb tot, paga la pena remarcar aquí les aportacions del llibre *Fuentes del yo: la construcción de la identidad moderna* (1996), de Charles Taylor.



D'altra banda, malgrat les divergències, o fins i tot els antagonismes, entre la visió liberal del jo i la romàntica, ambdues conflueixen a l'hora d'atorgar rellevància a l'autonomia individual: la societat seria o bé un agregat d'individus autònoms perfectament conscients dels seus interessos particulars, o bé la suma de jos singulars, diferenciats i creatius, però tant en un cas com en l'altre cadascú persegueix els seus propis i específics objectius. Més encara: d'una manera més implícita però no per això menys efectiva, ambdós corrents, i en especial el darrer, el que prové del Romanticisme, assumeixen que entre individu i societat hi ha una diferència substancial; a vegades, fins i tot un abisme. Així, allò genuïnament personal només es manifesta plenament en l'esfera íntima, que vindria clarament diferenciada, per no dir contraposada, a allò que manifestem en públic<sup>15</sup>. Tanmateix, aquesta i altres tesis afins, que emfasitzen la preponderància d'allò individual sobre allò social en el discurs modern i la diferència substancial entre ambdós pols es veuen contraposades o, si més no, molt matisades per les tendència homogeneïtzadores i pels mecanismes de control sobre l'individu que formen part inherent de la modernitat.

En efecte, un dels trets més remarcables de l'adveniment de l'Estat i el capitalisme moderns és la posada en marxa de múltiples mecanismes de control, regulació i normativització dels cossos i les ments (Michel Foucault, 2005, 2012): de la mà d'un seguit de discursos i d'institucions modernes, com ara la presó, l'escola i la fàbrica, s'anirà bastint un subjecte nou, els trets del qual serien el resultat no tant d'una suposada autonomia personal com de la incorporació i interiorització d'un conjunt de pràctiques socials –disciplina, constància, regularitat, etc.— i de discursos que, en establir una separació radical entre allò normal i allò que queda fora dels paràmetres establerts, permet l'exercici d'uns nous i extremadament eficaços mecanismes de control i estandardització de l'individu. La constant apel·lació a l'objectivitat i el rigor científic, d'una banda, i als ideals emancipadors, de l'altra, no hauria de fer-nos oblidar el paper decisiu que l'Estat i el gruix de les institucions modernes han tingut a l'hora de posar d'estendre i *normalitzar* un conjunt de pautes i hàbits de comportament i d'acció. I, també, de legitimar-les sota l'emparedament d'uns "sabers" presentats com a inqüestionables en virtut de la seva (suposada) objectivitat i rigor científics.

Ara, però, la dinàmica de funcionament d'aquestes institucions i d'aquests "sabers" sembla que està experimentant una transformació notable. Molt notable. L'homogeneïtzació sembla donar pas a la diversificació i la personalització; la vigilància i control externs, al control i vigilància

---

<sup>15</sup> Vegeu: Charles Taylor. *Op. Cit.*, 1996. Des d'un punt de vista històric, tindrem ocasió d'analitzar amb cert detall el sorgiment d'aquest abisme tot prenent com a punt de partida Norbert Elias i, en especial, el seu llibre *El proceso de la civilización: investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. México D.F.: FCE, 1993. Una excel·lent aproximació sociològica a les diferències entre el jo que manifestem en públic i en la intimitat l'ofereix Erving Goffman a *La presentación del yo en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 2006.

interns, duts a terme per cadascú; la centralització i jerarquitització dels sabers, a la seva proliferació exponencial; el control dels cossos, al control de la ment<sup>16</sup>.

Aquestes transformacions, i molt en especial el pas de la uniformitat a la diversificació com a model de referència, planteja un interrogant adicional que, en realitat, és un dubte sobre la formulació mateixa dels interrogants previs: si les pautes, rols i models sobre el jo són cada cop més heterogenis i variants, té sentit seguir parlant d'un model o un patró comú sobre la relació entre individu neoliberal i propietat? Expressat en altres termes: en absència de mecanismes i sabers estandarditzats sobre el jo, té sentit intentar trobar vincles explicatius aquest jo i les maneres d'entrar en contacte amb els objectes, els serveis i les vivències? És pertinent preguntar-se sobre el significat, l'abast i l'ús que en l'imaginari col·lectiu puguin tenir la possessió, el lloguer, l'accés, l'intercanvi o la gestió comuna i el seu paper en la concepció dominant del jo?

## Objectius

Propietat, accés —en ocasions, gratuït; en d'altres, de pagament—, lloguer, compartició i intercanvi tendeixen, avui, a coexistir. Fins i tot, a complementar-se. Aquesta és un de les afirmacions que han emergit a l'hora de delimitar l'objecte d'estudi que hem escollit a l'apartat anterior. Però, és ben bé així? I, en cas afirmatiu, com es concreta, com es duu a terme? I, atès que cadascuna d'aquestes opcions comporta i pressuposa una determinada manera de relacionar-se amb el món, amb les altres persones i grups i, fins i tot, amb un mateix, com afecta a la configuració del subjecte, del jo actual?

Aquestes qüestions configuren un primer, i indefugible, objectiu de la present recerca. Tanmateix, no és possible intentar assolir-lo, ni tan sols aportar elements significativament útils, sense escometre una tasca —hermenèutica i històrica alhora— per tal d'esbrinar els seus successius significats i abast. Cosa que equival, també, a una tasca de desmuntatge, a desconstruir allò que sembla obvi i inqüestionable, a fer-ne una genealogia<sup>17</sup>. I és que, tal i com ja s'ha pogut entreveure a l'apartat precedent, ni la noció de propietat ni la d'individu són clares, unívokes i evidents. Ni l'una ni l'altra es poden entendre al marge d'un conjunt de circumstàncies històriques,

---

<sup>16</sup> Sobre aquesta qüestió, vegeu: Byung-Chul Han. *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder, 2014. Tal i com més endavant s'intentarà argumentar, la interpretació que fa l'autor sobre la teoria del poder de Foucault és discutible, però això no treu que aquesta obra sintetitzi i analitzi de manera força incisiva els canvis que, sota la lògica neoliberal, està experimentant el poder disciplinari clàssic.

<sup>17</sup> L'ús d'aquest terme no és casual. En la línia de pensament que arrenca amb Nietzsche i es desenvolupa amb Foucault, aquí no es tractarà de cercar una possible continuïtat històrica, una línia progressiva que, des d'un punt inicial donat, avançaria poc a poc fins a tenir els contorns i els trets avui vigents, sinó que, ben al contrari, posarem l'èmfasi en la discontinuïtat, en les ruptures, en allò de nou, i fins i tot de trencador, tenen les idees modernes d'individu i de societat.

socials i culturals que han anat configurant-ne el significat i l'abast. En especial, caldrà veure com sorgeix la noció —anòmala en termes històrics i culturals— que és possible, i fins i tot desitjable, fonamentar l'ordre social en un conjunt d'individus autònoms que cerquen els seus propis interessos i objectius. D'entre els quals un dels més importants, i el que centrarà de manera prioritària la nostra atenció, és acaparar el màxim de propietats.

“Acaparar propietats” és, també, una novetat en termes històrics: implica que no tan sols les mercaderies, sinó també la terra i l'habitatge son quelcom que es pot comprar, vendre o llogar<sup>18</sup>. I que aitals operacions, lluny de ser l'excepció, esdevenen normals i acceptables. Fins i tot, positives perquè estimulen la competència i fomenten el creixement econòmic. Ens resta, però, un altre element a incloure dins la noció de “propietat”: el propi cos i els coneixements i habilitats, entesos com quelcom que hom pot oferir a canvi d'un sou, d'uns ingressos. I, recíprocament, com una font de lucre, com el resultat del talent i l'esforç aliè, capaç de generar uns guanys força superiors al sou que hom li paga. Vist així, la possessió configura una determinada manera de relacionar-nos amb el món, amb els objectes i mercaderies, sí, però també amb els altres i amb un mateix. En definitiva, doncs, caldrà escatir en què consisteix la noció d'individu i llur relació amb la propietat —entesa en aquest sentit ample que acabem d'esmentar— que es comença a perfilar a partir dels segles XVII i XVIII i que, malgrat les múltiples transformacions que ha experimentat, encara avui constitueix la base dels imaginaris socials sobre ambdós.

Lògicament, un cop analitzada la gènesi i evolució dels lligams entre la noció d'individu i la de propietat, caldrà copsar com funciona aquesta relació avui dia, com es transforma l'imaginari social al voltant d'elles. I fer-ho a la llum de les transformacions estructurals actuals més rellevants. Al cap i a la fi, de la mateixa manera que la gènesi de l'imaginari modern sobre l'individu no es pot entendre al marge del sorgiment del capitalisme i de l'Estat moderns, les transformacions que aquests darrers estan patint també haurien d'afectar, de manera significativa, al nou individu.

Amb tot, aquests primers objectius, de caire més analític i descriptiu, no esgoten els propòsits i la raó de ser d'aquesta recerca. Més enllà de la necessària i imprescindible recerca sobre aquests temes, i més enllà de la no menys escaient i ineludible exposició i valoració de tot allò que la bibliografia sobre aquesta qüestió pugui aportar, la present recerca pretén interpretar, pretén passar del *com* al *perquè*. Cosa que implica presentar i argumentar possibles claus explicatives, possibles respostes als interrogants abans esmentats. Per descomptat, el marc teòric que requereix una tasca d'aquestes característiques implica i pressuposa analitzar les aportacions de diversos autors. De força autors i de diversa mena, atesa la naturalesa heterogènia i

---

<sup>18</sup> Tindrem ocasió de desenvolupar amb més detall aquest aspecte al capítol “el concepte modern d'individu (II): l'homo oeconomicus”, tot prenent com a referència bibliogràfica bàsica *La gran transformació: crítica del liberalismo económico*, de Karl Polanyi (2016).

interdisciplinària dels temes a abordar. Però aquesta no pretén ser, només, una tesi sobre llibres, sobre autors i sobre teories, sinó que, partint d'ells, aspira a fornir un marc interpretatiu propi.

En aquest sentit, el (des)muntatge previ de les nocions de propietat, economia col·laborativa i individu —de l'imaginari social que s'ha anat bastint al voltant d'ells i de com ha canviat i està canviant— ens permetran abordar un dels propòsits bàsics d'aquestes pàgines: argumentar i defensar la tesi que, avui, propietat, ús i poder es separen, transcorren per línies divergents amb cada cop menys punts en comú. I cada cop més llunyanes. Certament, la separació entre ús i propietat ve de lluny. Es remunta als orígens del capitalisme; de fet, n'és un corollari gairebé inevitable, car, al capdavant, el seu tret més definitori, allò que li és consubstancial, és l'acumulació de capital en un marc de mercats lliures on una pluralitat de persones i empreses intercanvien béns, serveis, terres i mà d'obra a canvi d'una contraprestació econòmica. I això implica comprar, llogar, vendre més enllà de l'ús que se'n faci, més enllà de la seva utilitat. Acaparar i vendre quan convingui és l'imperatiu bàsic, i no pas romandre "lligat" a terres, cases, objectes o serveis. Ni, és clar, tampoc a les relacions socials a què aquestes possessions donaven lloc. Tot això, com veurem, és cert, però no ho és menys el fet que ara s'està accelerant de manera brutal. I, a més, està experimentant canvis que afecten la seva naturalesa. D'entrada, la propietat, avui, és quelcom que canvia de mans en qualsevol indret i en qüestió de segons. Només calen uns pocs clics i unes poques gestions en línia. Corporacions transnacionals, fons d'inversió i particulars compren, venen i lloguen arreu i a tothora, a un ritme incessant. Sense barreres. Sense vincles amb cap territori, sense fer-ne cap ús, i sense intencions d'acaparar un patrimoni físic per passar-lo en herència a les futures generacions. Però molt més rellevant és encara un segon tret: acumular propietats —acumular terres, fàbriques, maquinari i béns immobles susceptibles de generar plusvàlues substancials— ha estat una font bàsica d'ingressos, estatus, reconeixement social i poder. Particulars, empreses, països: com més actius valuosos tinguessin, major era la seva riquesa, influència i prestigi. Doncs bé, això, avui, ja no és cert. De la mà d'analistes com Tom Slee (2018), Jeremy Rifkin (2014) o Manuel Castells (2003), però també de la mà de *gurus* del màrqueting, la gestió empresarial i l'autoajuda, analitzarem com i perquè acaparar propietats i actius ha esdevingut una rêmora. Amb la revolució tecnològica i l'emergència de nous models organitzatius (i culturals), llogar, pagar per l'accés, intercanviar i, sobretot, externalitzar son, avui dia, la manera més ràpida d'aconseguir ingressos i poder. I de fer-ho evitant tota mena de costos econòmics, laborals i socials. N'hi ha prou amb adquirir i acaparar uns pocs actius estratègics: béns immobles en llocs cotitzats, marques que gaudeixen del prestigi popular, i, sobretot, les dades i el programari —algoritmes, estadístiques, *big data*, etc.— capaços d'extreure'n tot el profit potencial i crear, així, models de negoci que gairebé no requereixen actius físics... ni mà d'obra.

No menys significatius són els canvis en l'imaginari social sobre l'individu, en la percepció dominant sobre el jo. Amb l'ajut de les aportacions, entre d'altres, de Michel Foucault (2009) i

2012), Wend Brown (2016), Christian Laval i Pierre Dardot (2013) i Gonçal Mayos (2016, 2019), aportarem elements per a defensar que la figura de l'*homo oeconomicus* —l'individu que fa de l'acumulació de diners i la minimització de les pèrdues i les despeses l'eix central de la seva acció social, del seu comportament i fins i tot del seu esquema de valors; l'individu que constantment avalua costos i guanys abans de prendre cap decisió i que converteix la natura, les coses i les persones en mers instruments al servei d'aquesta fita suprema— no és plenament vàlida per a entendre el model de subjecte dominant avui. De fet, i arran de les recerques històriques i del marc teòric de Charles Taylor (1996) i Albert Hirschman (2014), veurem que ni tan sols responia del tot al model de subjecte dominant en el capitalisme clàssic. Amb tot, és ara quan ha de ser replantejat en profunditat. Certament, el subjecte neoliberal és empès —i animat— a competir constantment, arreu i en tot moment. I, en fer-ho, calcula i sospesa costos i beneficis abans de prendre qualsevol decisió; fins i tot, ho fa més intensament i en més àmbits que mai abans. Tanmateix, ja no es limita a assumir la realitat com quelcom inqüestionable ni a acatar els convencionalismes, sinó que procura triar les seves pròpies metes. Més encara: és algú que es concep a si mateix —i que, lògicament, aspira a ser percebut pels altres— com un *emprenedor*, com algú que no repeteix uns patrons establerts, uns models pautats, sinó que *crea* noves realitats, que aporta idees i solucions noves. I que ho fa, a més, amb passió, amb ganes, cercant el risc i l'aventura i assumint, a nivell estrictament individual, les conseqüències d'un eventual fracàs. En aquest sentit, i més enllà del fet que nominalment pugui ser un assalariat, l'emprenedor es percep a si mateix com un inversor, com un capitalista que inverteix constantment en ell perquè les seves habilitats, el seu talent i la seva determinació són, justament, el capital més preuat i l'actiu més valuós. Per tant, no necessita cap vigilància aliena: el control, la vigilància, l'exigència les posa i les fixa ell mateix. És dins aquest marc que cal entendre que la propietat, el lloguer, l'accés, l'intercanvi o la compartició li faran servei si — i només si— li permeten maximitzar el rendiment i la vàlua del seu jo. I el mateix val a dir de les relacions socials que estableixi arran d'aquestes transaccions. Per tant, usarà una o una altra modalitat, o bé una combinació d'elles, en funció de si la considera una inversió útil en ell mateix.

Així doncs, la resposta a un dels interrogants plantejats inicialment —intentar escatir si l'auge de la compartició constitueix o no una alternativa al capitalisme— és negativa. Intentarem demostrar que, en línies generals i amb les inevitables excepcions que calguin, l'ús avui predominant d'aquesta modalitat no tan sols no representa una alternativa, sinó més aviat al contrari: contribueix a accentuar-lo. Tal i com veurem en diversos capítols de la present recerca, l'intercanvi de dades, coneixements, béns i serveis és plenament funcional en el context actual. Per a les empreses, perquè permet acaparar idees, innovar, estalviar costos i millorar la relació amb els seus clients; per als individus, perquè permet ampliar i estendre els seus contactes i, per tant, maximitzar llurs opcions laborals, econòmiques i socials i, a més, millorar la imatge de seva *marca* personal. I tot això sense oblidar que, tant per a les corporacions i la lògica del capital com per a les persones, les modalitats avui dominants

d'economia col·laborativa permeten externalitzar costos sense renunciar als guanys ni al poder. Per descomptat, això inclou la reducció de despeses. Però no es tracta només d'això: permet eludir qualsevol mena de responsabilitat, carregant totes les problemàtiques i tots els eventuals inconvenients econòmics, socials i mediambientals sobre els altres individus, convertits, de grat o a la força, en "emprenedors". Especialment, sobre els que tenen menys *capital*, és a dir, menys recursos econòmics, formatius, socials i culturals. Expressat en altres termes: intentarem aportar elements que demostrin que entre l'economia col·laborativa —si més no, entre les fórmules avui dominants d'aquesta— i el capitalisme en la seva versió neoliberal hi ha una clara afinitat. Intercanviar i compartir serveix, ara per ara, com a eficaç eina de desregulació laboral, social, cultural i mediambiental. Estalvia costos, afavoreix la innovació, permet guanyar en agilitat i flexibilitat, facilita l'avenç cap a un capitalisme més centrat en la informació i en els símbols que no pas en els objectes tangibles, externalitza tota mena de problemes i, a sobre, atorga un important plus de legitimació.

Tanmateix, i per molt importants que siguin aquests objectius, encara resten aspectes cabdals per investigar. A què es deu l'atractiu creixent de la figura de l'emprenedor? Per què hi ha tanta gent que s'hi identifica, que el pren com el model a seguir? Un parell de paràgrafs més amunt, al·ludíem al fet que l'individu és "empès" i "animat" a esdevenir-ne. El terme "empès" connota pressió; un conjunt d'incentius i de càstigs, de premis i penalitzacions, que, tal vegada, s'explica per la creixent presència dels mercats en tots els àmbits socials i per la generalització de la lògica de la competència en tots ells. I, certament, en el decurs d'aquesta recerca hi haurà ocasió d'examinar, de la mà de l'enfocament iniciat per Michel Foucault all curs del Collège de France<sup>19</sup> i seguit després per diversos pensadors, prou elements teòrics com per a mantenir la tesi que el neoliberalisme no equival a una mera desregulació econòmica, a un *laissez-faire*, sinó ben al contrari: en la seva naturalesa més profunda, en la seva lògica més incisiva, hi ha un rerefons antropològic i social; un model que aspira a crear un nou subjecte individual i col·lectiu basat en la premissa que cal competir arreu i a tothora. En l'esfera econòmica, però també en d'altres àmbits. De l'educació a la cerca de noves amistats, de la feina al lleure: tot ha de funcionar segons la premissa que la societat és un conjunt d'àtoms, d'individus que competeixen per aconseguir diners, prestigi, amistats o el que calgui. I que, per a fer-ho amb èxit, han d'innovar, diferenciar-se i saber crear una bona imatge de si, una bona *marca* personal.

Ens manca, però, l'altre terme: "animar". Què, qui i com "anima" l'individu a convertir-se en emprenedor? D'on ve l'atractiu, la connotació positiva, d'aquesta figura? Una possible resposta, que tindrem ocasió d'analitzar i valorar, rau en el fet que, de la mà de l'avenç del consum, convertit no tan sols en el motor econòmic bàsic, sinó també en un element vertebrador de les relacions socials i de la construcció de la identitat, el "principi de plaer" freudià es posa, avui, al servei del "principi de realitat".

---

<sup>19</sup> Més endavant, al capítol titulat "El neoliberalisme com a nova tècnica de govern", tindrem ocasió d'examinar el contingut d'aquests cursos, recopilats al llibre *El nacimiento de la biopolítica: curso del Collège de France (1978—1979)*. Madrid: Akal, 2009.

Altrament dit: els impulsos, desitjos i anhels de les capes més profundes del jo; les presumptament més espontànies i descontrolades i que, justament per això, hom considerava incompatibles amb el funcionament de l'economia i l'ordre social, serveixen, avui, de catalitzadors i impulsors del consum i, per tant, esdevenen un requisit bàsic de l'activitat econòmica... però també de la vida social i dels referents culturals. Intentarem aportar elements que mostrin que els processos actuals de construcció del jo, de generació de noves subjectivitats, operen a través de la seducció. Una seducció vehiculada, principalment, mitjançant el consum, però reforçada per la creixent indústria de l'autoajuda, el creixement personal i l'anomenada "psicologia positiva". Més concretament, aportarem arguments i evidències que un dels factors que fan més cobejat el model d'emprenedor —però també, i al mateix temps, un dels elements que hi ha al darrere de la creixent combinació de propietat, lloguer, accés, intercanvi i compartició— és el fet que, de la mà de la publicitat, el màrqueting i l'abundant literatura d'autoajuda i "creixement personal", emprendre i bescanviar tota mena d'informacions, objectes i serveis apareix, ara, com quelcom desitjable, engrescador, apassionant.

Ara bé, la lògica de la seducció vehiculada al consum no acaba d'explicar del tot l'atractiu actual de l'emprenedor com a mirall i model de la construcció del jo. Si més no, el consum entès a la manera tradicional, és a dir, com l'acte de triar un bé o un producte d'entre un ventall d'opcions en funció de quina d'elles ens sedueixi més, de quina activi en els nostres cervells els desitjos i impulsos més intensos. D'una banda, perquè tal i com la literatura sobre publicitat i màrqueting emfasitza una vegada i una altra, el consumidor actual és algú que vol sentir-se (co)partípic i (co)protagonista d'allò que consumeix. Aspira a no limitar-se a jugar un rol passiu, a triar entre un ventall d'opcions que ja ni venen donades, sinó que vol experimentar, fer, modificar. I vol sentir-se apel·lat en tant que individu dotat d'una personalitat pròpia, i no pas com algú que respon de manera mecànica i previsible a uns estímuls determinats<sup>20</sup>. D'altra banda, perquè una part bàsica d'aquest suposat caràcter atractiu i desitjable de la figura de l'emprenedor prové del fet que, segons l'imaginari social avui dominant, l'emprenedor és aquell que sap extreure del seu interior, del seu jo més veritable, l'energia, les ganes i la predisposició a fer tota mena de coses. És aquell que competeix, tant a la feina com en el decurs de les seves relacions socials, no només per guanyar diners, prestigi i poder; no només empès per la competitivitat a ultrança; no tan sols per les múltiples seduccions consumistes que apel·len a les seves pulsions, sinó també perquè *desitja* excel·lir, perquè vol diferenciar-se. I ho vol per raons (suposadament) internes, per donar expressió als seus veritables anhels.

---

<sup>20</sup> Convé tenir present que, tal i com s'explicarà en detall al capítol titulat "La mirada: l'enfocament teòric i epistemològic", allò que centrarà la nostra atenció són els processos de construcció de l'imaginari social. Per tant, aquí no entrarem a valorar fins a quin punt el consumidor reacciona o no de manera passiva i previsible davant determinats estímuls, sinó que el que importa, per als objectius d'aquesta recerca, és que la percepció social avui dominant —tant a nivell de la literatura sobre màrqueting i publicitat, com a nivell de l'autoimatge dominant de l'individu— emfasitza el paper actiu, dinàmic i diferencial de cada consumidor.

Doncs bé, un dels propòsits principals de la present recerca és aportar elements que apuntalin la tesi que darrera la construcció del jo actual i, més específicament, darrera la relació entre individu i propietat, hi ha un element que sol passar per alt en moltes anàlisis: la dimensió estètica; una dimensió vehiculada a través de la figura de l'artista. En principi, es tracta d'una hipòtesi ben estranya: al capdavant, aquesta figura, tal i com s'ha anat bastint en l'imaginari social a partir del Romanticisme i durant el període de les avantguardes literàries, ha representat, sovint, el model antagònic a l'individu burgès. Si aquest darrer era percebut com algú calculador, egoista i sempre disposat a sacrificar els seus anhels i desitjos en ares a l'obtenció de riquesa, prestigi i estatus, l'artista era vist com un ésser inconformista, com un bohemí que rebutja els convencionalismes, que vol desplegar —en comptes de reprimir— els seus impulsos i, sobretot, com algú que vol fer coses noves, diferents; que reclama la plena llibertat per a poder expressar allò que porta dins seu, sense sotmetre's a pautes, convencionalismes ni rutines. Una dicotomia, tanmateix, que ja no és vàlida. Aportarem arguments teòrics —reforçats per l'anàlisi de manuals d'autoajuda, psicologia positiva i màrqueting en tant que exponents de la construcció de l'imaginari de l'individu actual— en favor de la tesi que assistim a una creixent simbiosi entre figura de l'artista i els valors estètics, d'una banda, i el model de l'emprenedor, de l'altra. Més concretament, afirmem que el primer aporta els valors, el llenguatge i la justificació necessàries per a dos dels trets més cabdals del segon: d'una banda, el procés de transformació incessant del jo en totes les seves facetes, des del seu cos al seu rendiment professional, passant per la vida social o les rutines de la vida diària. Una transformació convertida en finalitat en ella mateixa, car allò que realment compta no és tant el destí final, ni tan sols els resultats assolits, sinó la total i constant determinació en bolcar-se en el canvi constant. I, d'altra banda, la presumpció que la motivació i l'impuls de l'emprenedor, així com les ganes que posa en tot allò que fa, venen no de cap imperatiu, ni tan sols d'un atractiu extern, sinó que obeeixen, bàsicament, a una motivació interna, a la necessitat —i el goig— d'expressar allò que prové de “dins”, de la seva essència més veritable.

De totes maneres, la pulsio per diferenciar-se i expressar la singularitat és només una cara de la moneda. L'altra és donar-la a conèixer, difondre-la per tots els canals possibles i de la manera més eficaç. Mer recurs al servei de la construcció d'una marca personal exitosa? Mera instrumentalització de la subjectivitat? Sense negar la importància dels imperatius de caire econòmic i sense restar crèdit a les tesis que apunten a una creixent mercantilització del jo, pretenem argumentar que al darrera d'aquest neguit per adquirir visibilitat i augmentar, renovar i estendre la xarxa de contactes i relacions socials hi ha quelcom més. Quelcom que té molt a veure amb el fet que, avui, ni les pautes de comportament, ni els rols socials, ni els valors ni, sobretot, la mateixa identitat personal venen donades, sinó que són “liquides” (Zygmunt Bauman, 2007), canvien constantment. I ho fan, a més, en un marc de renegociació constant de rols, costums, valors i identitats (Ulrick Beck, 2006 i 2016), on res es pot donar per descomptat. Les biografies personals han de ser (re)construïdes, (re)negociades i (re)narrades una vegada i una altra. I el resultat seria no tant l'exacerbació d'un individu egoista i aïllat



sinó més aviat l'emergència d'un jo neguitós, i alhora amatent, per apaivagar aquestes incerteses estructurals tot construint comunitat. Serien, això sí, unes comunitats flexibles, canviants i precàries, a diferència de les teoritzades per Ferdinand Tönnies (1984). I que, en darrer terme, tindrien el jo com a eix central, car serien enteses com la projecció des desitjos, impulsos i trets personals. En aquesta línia, un dels nostres propòsits és fer palès que entre la individualització i la vocació social de la figura de l'emprenedor hi ha una relació de continuïtat, un nexa estretament lligat amb les condicions actuals de la modernitat tardana o "líquida". I, més concretament, que un dels impulsos més poderosos que menen a comprar, llogar, accedir o compartir és la necessitat de plasmar —davant els altres i davant un mateix— el grup o grups a què hom pertany i/o amb qui hom s'identifica.

En aquest context, estaríem assistint a una reapropiació de la figura del do. Això sí, substancialment diferent de la tradicional. En el decurs de les seves recerques antropològiques, Marcel Mauss (2009) postulà que en moltes societats premodernes i precapitalistes els intercanvis de béns i productes de tota mena es regien per una lògica ben diferent, per no dir contraposada, a la capitalista: en comptes de ser un instrument per a optimitzar guanys i acumular capital, servien per a teixir lligams socials, per a crear, mitjançant l'obsequi, (aparentment) desinteressat i gratuït, un sistema recíproc de compromisos i obligacions socials que refermaven i ampliaven els lligams socials. Doncs bé, un dels objectius aquí plantejats és intentar plasmar com i perquè aquesta figura ha tornat a reaparèixer... adaptada a la lògica dels temps actuals. Veurem com l'intercanvi gratuït i la col·laboració esdevenen, per a les empreses, una poderosa eina que fidelitza clients i aconsegueix la seva adhesió, el seu compromís. I, per als individus, els serveix de cara a millorar substancialment la seva *marca* personal, però alhora és, també, una via per a sentir-se membre d'un grup o col·lectiu, per a reforçar la seva identitat. Procurant, això sí, mantenir una llibertat, una flexibilitat i unes possibilitats de desconexió que no formaven part del model original.

En qualsevol cas, tant en la vessant més individual i singular com en la social, l'individu actual —l'individu que veu en la figura de l'emprenedor el model a seguir perquè el percep com la via que mena a l'èxit (i que evita la irrellevància) i perquè el veu com l'expressió de tot el potencial que nidifica dins seu— es compromet amb un procés de transformació permanent que, entre d'altres conseqüències, mena a desvincular-se dels objectes, els serveis i les relacions personals. Tot ha de poder ser fàcilment substituïble. Sense entrebancs, sense compromisos. Sostenim, doncs, la tesi que denominador comú, el nexa d'unió que fa possible entendre la creixent compaginació, o fins i tot simbiosi, entre propietat privada, lloguer, accés —gratuït o de pagament—, intercanvi i compartició, és aquest ideal de canvi sense aturador, rumb fix ni final. I sostenim, també, la tesi que aital ideal és, alhora, causa i conseqüència d'un canvi estructural en la dimensió temporal. De la mà d'autors com David Harvey (2012), Gonçal Mayos (2019) o Borja Muntadas (2016), veurem com el temps social no només s'accelera sinó que esdevé discontinu. Tot nexa temporal, tota estructura narrativa del jo i de la realitat, queda anul·lat de la mà de la pressió absoluta de l'instant, del *now*, de l'aquí i l'ara,

esdevingut un poderós instrument de poder al servei del capitalisme neoliberal que afecta profundament la relació que l'individu manté amb les altres persones i amb si mateix.

Per últim, l'anàlisi de la literatura sobre l'anomenada psicologia positiva, l'autoajuda, la gestió empresarial i el màrqueting ens menarà a un altre propòsit: escatir com i perquè la relació entre felicitat, èxit i riquesa adquireix una nova i significativa forma. Ja no es tracta de pressuposar que la prosperitat material i l'èxit menen a la felicitat, sinó més aviat el contrari: és la felicitat la que es tradueix en èxit —material i no material—, i aquest darrer en prosperitat i accés a béns i serveis de tota mena. Gaudir —cosa que, avui, ja no implica haver de posseir— d'un bon cotxe, un viatge estimulants o un *spa* de luxe actuarien, avui, a mode de signes visibles del grau d'èxit i, sobretot, del grau de felicitat. Una felicitat que, a més, s'entén com el resultat d'haver connectat amb l'essència de cadascú i haver-se compromès fins al moll de l'os en el procés incessant de canvi, de "creixement" personal. Cosa que, inevitablement, té una derivada: cadascú és el responsable, únic i exclusiu, de la seva eventual dissort i de la seva eventual manca d'accés a béns, serveis i recursos.

## **Justificació**

D'ençà la publicació de *La teoría política del individualismo posesivo*, de C. B. Macpherson fa ara mig segle, disposem d'elements que permeten copsar la importància que la noció de la propietat ha tingut a l'hora de legitimar el capitalisme, però també com a ingredient bàsic i inherent d'un nou model d'individu, més racional i més autònom, però alhora més predisposat, més amatent, a convertir les coses, les altres persones i el seu propi cos en un instrument. Com era d'esperar, aquesta tesi ha estat matisada, o fins i tot criticada, en altres obres rellevants, tal i com tindrem ocasió d'examinar més endavant. Tanmateix, gairebé ningú no discuteix l'existència d'alguna mena de lligam significatiu entre la propietat i el jo. Per tant, resulta versemblant suposar que aital lligam es fa extensible també en l'actualitat.

El tema sembla, doncs, prou significatiu en ell mateix, però potser ho és encara més si tenim present que les fórmules per a accedir a béns, serveis, idees, dades s'han multiplicat. I, semblantment, també ho han fet les maneres de treure uns resultats de l'esforç, el treball i les habilitats personals. Proliferació del lloguer, auge de les plataformes d'accés a tota mena de béns, especialment els de caire cultural, intercanvis presencials i virtuals, cogestió... Les opcions es multipliquen i, més enllà del seu creixent impacte econòmic, també constitueixen un escenari privilegiat per a la interacció social. Tant la de caire explícitament mercantil com la que no ho és o, si més no, no es presenta com a tal: en tots els casos, una pluralitat de subjectes entren en

contacte i interaccionen, ara a una velocitat de vertigen i arreu, presencialment o des d'una pantalla. En definitiva, d'ençà l'època analitzada per Macpherson, la qüestió no tan sols no ha perdut rellevància sinó que, molt possiblement, l'ha guanyada. I, de pas, s'ha tornat més complexa, més multidimensional. Motiu de més per a fer una recerca actualitzada i posada al dia sobre aquesta qüestió.

Ara bé, existeix una abundant bibliografia sobre les noves formes d'accés a tota mena de béns i serveis, així com sobre les transformacions recents que està experimentant la noció d'individu a la llum de les transformacions tecnològiques, socioeconòmiques i culturals més recents. Es tracta d'una bibliografia molt completa, variada i que abasta diversos temes i enfocaments, tal i com tindrem ocasió d'analitzar en el decurs d'aquesta recerca. Així doncs, en aquest context d'abundants estudis, què podria aportar la present recerca que no estigui ja recollit i analitzat?

La principal contribució potencial de la present recerca rau en l'intent d'analitzar la relació entre el nou subjecte que emergeix del neoliberalisme i l'ús que fa de les diferents vies per a accedir a dades, coneixements, béns, serveis i fins i tot relacions humanes. I és que, si bé és indubtablement cert que, d'una banda, abunden els estudis sobre el nou subjecte, i de l'altra els que analitzen la compra, el lloguer i les possibilitats d'accés gratuït i, sovint, interactiu i col·laboratiu, escassegen les recerques significatives sobre el paper que aquestes opcions tenen per al model d'individu dominant en l'imaginari social. Certament, hi ha bibliografia sobre el paper i els usos potencials que poden tenir per a les empreses i corporacions, però no sobre l'individu actual. I remarcuem "actual" perquè, tal i com ja s'ha esmentat, i com veurem a la part històrica d'aquesta recerca, sí que hi ha recerques notables, algunes amb un fort ressò, sobre aital relació durant el sorgiment del capitalisme i l'Estat moderns.

L'afirmació precedent requereix, però, ser matisada. Hi ha algunes aportacions recents i notables a la relació actual entre individu i propietat: des d'una perspectiva força crítica, Christian Laval i Pierre Dardot (2013) defensen la tesi que entre la possessió i, en especial, l'acumulació de propietats i el capitalisme en la seva versió neoliberal hi ha un estret lligam. I que, a més, aquest lligam es fa extensible a fórmules que, bo i apel·lant a l'economia col·laborativa, entren de ple dins la lògica més mercantil. Segons ells, en l'escenari actual tothom es veu impel·lit a actuar com un emprenedor, com un empresari actiu, dinàmic i innovador que gestiona les seves pertinences, les seves finances i, sobretot, el seu jo com una empresa. Paral·lelament, i des d'una perspectiva més optimista, Jeremy Rifkin també defensa la tesi que entre propietat privada i individu egoista i calculador hi ha un estret lligam; un lligam que ha definit la mentalitat de l'ésser humà contemporani però que, segons afirma al seu llibre *La sociedad del coste marginal cero* (2014), està a punt de desaparèixer i de ser substituït per un

model d'individu que, sense perdre la seva autonomia i llibertat personals, aposta més per la cooperació i l'empatia. I és que, segons aquest autor, estem d'un canvi radical i estructural tant en la visió de l'individu i de la seva relació amb el món com en el model productiu: a mesura que els avenços tecnològics fan possible que el cost marginal —el cost addicional de produir una unitat addicional d'un bé o servei—, tendeixi a zero, i a mesura que més i més gent pugui interactuar i compartir telemàticament, el model capitalista, basat en l'acumulació de propietats, la maximització de guanys i l'ús de fonts d'energia no renovables, entrarà en una crisi gairebé irreversible i serà substituït per un model basat en l'ús i gestió compartit. Un model, que ell anomena “procomú col·laboratiu”, que serà alhora causa i efecte de l'emergència d'un nou model d'individu radicalment diferent del que s'ha anat configurant amb el capitalisme.

Des d'una perspectiva ben diferent, per no dir contraposada, també hi ha bibliografia sobre el paper que la propietat privada i el mercat tindrien no tan sols a l'hora d'afavorir i catalitzar el creixement econòmic, sinó també d'apuntalar els drets individuals, l'autoafirmació del jo, l'auge del pacte com a estructura política i social predominant, i la democràcia. Destaca, en aquest sentit, l'obra en tres volums d'Antonio Escotado titulada *Los enemigos del comercio: historia de las ideas sobre la propiedad privada* (2008, 2011, 2016). Certament, el seu objectiu principal és bastir una història al més completa possible dels referents intel·lectuals i dels moviments socials i polítics que al llarg del temps han rebutjat la propietat privada, el comerç i les estructures de mercat, però no és menys cert que el fil conductor dels tres volums és la idea que la propietat, el comerç i el capitalisme donen lloc a societats més pròsperes i inclusives on, a més, els individus gaudeixen de més autonomia, drets i llibertats.

Tanmateix, i més enllà de les òbvies diferències i la riquesa de matisos, l'èmfasi d'aquestes obres recau en la incidència dels factors econòmics sobre la configuració de la subjectivitat; més concretament, en l'anàlisi del capitalisme i les seves conseqüències sobre la construcció d'un determinat imaginari sobre el jo i sobre la societat. En contrast, i tal i com hem apuntat a l'hora d'exposar els objectius de la present recerca, aquí intentarem bastir un model teòric on aquestes qüestions, certament cabdals, es vegin complementades per d'altres, també significatives, i a més fortament interrelacionades, que abordaran aspectes com la societat de consum, l'anomenada “modernitat líquida”, els canvis en la percepció social del temps o la possible incidència de la figura de l'artista e la configuració del jo actual.

Amb una perspectiva teòrica i epistemològica basada en intentar combinar les aportacions de diverses disciplines i àmbits del coneixement, la present recerca pot aportar elements significatius que ajudin a aclarir el significat i abast que avui atorguem a la propietat, el lloguer, l'intercanvi o la compartició, així com del paper que tenen en l'imaginari sobre l'individu actual. Principalment —encara que no pas exclusivament— s'intentarà aportar elements per a discutir,

per excessivament unívoca i simple, la tesi segons la qual el subjecte actual es regeix per una versió accentuada fins al paroxisme de *l'homo oeconomicus*, per la visió de l'ésser humà com algú que converteix l'anàlisi de costos i beneficis, la maximització de guanys, l'acaparament de propietats i la raó instrumental en l'eix vertebrador del seu comportament i de la seva vida.

Per últim, la major part de les anàlisis sobre aquesta temàtica son riques en aportacions teòriques i, en ocasions, en dades empíriques, però hi ha un element poc present, poc analitzat: el possible impacte de la literatura sobre "creixement personal", publicitat i màrqueting i gestió de recursos humans en l'imaginari sobre el jo. En efecte: un dels trets més rellevants de la cultura moderna és l'enorme ressò mediàtic i cultural de tot el gènere que hom pot agrupar sota el nom d'autoajuda: son innumbrables els llibres i les revistes, però també els tallers, cursos i sessions a través dels quals una determinada visió sobre l'individu pren forma, es tradueix en un seguit d'exercicis i pautes i és presentada com quelcom positiu, com un model a imitar, com una via cap a l'èxit i la felicitat que —aparentment— és neutre en termes ideològics i que es dona a conèixer per al bé de tothom que ho vulgui posar en pràctica. Motiu de més, doncs, per a afegir aquesta anàlisi en la present recerca i intentar, així, aportar elements i perspectives noves.

### **La mirada: enfocament teòric i epistemològic**

Un cop perfilat allò que es pretén estudiar, els objectius a assolir i el perquè de la seva importància i pertinença, és el moment de concretar el marc teòric emprat per a analitzar les qüestions a estudiar, la perspectiva epistemològica a emprar-hi i les eines metodològiques que caldrà fer servir.

En aquest sentit, el supòsit que recorre aquesta recerca, el principi que n'és la condició mateixa de possibilitat, és la tesi que allò que hom entén per individu no és quelcom obvi, natural i perenne, sinó quelcom que apareix en un context i en moment donat —Occident a partir dels segles XVII i XVIII, en plena gènesi del capitalisme i l'Estat modern— i que està sotmès a canvis, a vegades substancials<sup>21</sup>. Aquest punt de partença implica emmarcar aquest treball en la tradició constructivista, que entén allò que anomenem "realitat" com el resultat d'una elaboració, d'una construcció (inter)subjectiva que emergeix a mesura que hom n'acota i en perfila el concepte, l'abast i les eines per a apropar-s'hi. Lluny, doncs, d'haver una separació nítida entre objecte d'estudi i subjecte(s), el que hi ha és una interrelació en què aquest(s)

---

<sup>21</sup> Aquest és un posicionament força acceptat en el conjunt de les ciències socials i, més recentment, també en la psicologia. A tall d'exemple, exposem tot seguit com ho veu el psicòleg John Kenneht Gergen: "como nos indican tanto los estudios culturales como los históricos, todas esas premisas acerca de lo que "somos realmente" son precarias: el producto de una cultura en un momento histórico". (*El yo saturado: dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*, 1993 : 33).

darrer(s) pren(en) un paper actiu cabdal. Ara bé, atès que el constructivisme abasta molts autors i àmbits del coneixement, caldrà filar més prim. En aquest sentit, l'enfocament epistemològic aquí adoptat és deutor de la noció de Peter Berger i Thomas Luckmann (1996), segons la qual la realitat social és un constructe social que, en concretar-se en organismes, pràctiques i rituals compartits i ésser interioritzat per cada subjecte, pren l'aparença d'una realitat inqüestionable, òbvia i objectiva. I igualment és deutor d'un enfocament que, bo i partir de referents intel·lectuals i teòrics diferents, resulta força convergent. Ens referim a l'obra ja citada de Cornelius Castoriadis titulada *La institución imaginaria de la sociedad* (2007), on formula la tesi que les institucions bàsiques de la societat i els seus mecanismes de funcionament no són quelcom que vingui determinat per un seguit de condicionants tecnològics, econòmics o de qualsevol altra mena sinó que són el resultat d'un conjunt articulat però en perpetu moviment de significats socials, d'un imaginari que, en cristal·litzar en aitals institucions, pautes i rutines, roman sovint amagat, atorgant a aquestes darreres una aparença de solidesa i objectivitat que en realitat no tenen ni poden tenir. Perfilem, però, una mica millor el significat "d'imaginari social". Què és? Bàsicament, és un constructe que constantment és (re)elaborat i (re)interpretat per les idees, pràctiques i interaccions socials i que mai és un mer reflex, un mer producte derivat d'uns factors externs:

Lo imaginario no es a partir de la imagen en el espejo o en la mirada del otro. Más bien, el «espejo» mismo y su posibilidad, y el otro como espejo, son obras de lo imaginario, que es creación ex nihilo. Los que hablan de «imaginario», entendiendo por ello lo «especular», el reflejo o lo «ficticio», no hacen más que repetir, las más de las veces sin saberlo, la afirmación que les encadenó para siempre a un subsuelo cualquiera de la famosa caverna: es necesario que [este mundo] sea imagen de alguna cosa. Lo imaginario del que hablo no es imagen de. Es creación incesante y esencialmente indeterminada (histórico-social y psíquico) de figuras/formas/imágenes. (Cornelius Castoriadis. *La institución imaginaria de la sociedad*, 2007 : 10).

Dins la cristal·lització de diferents imaginaris socials, i tot seguint Castoriadis, n'hi alguns que son "primaris" o "centrals" perquè generen i fan possible la resta de representacions. L'individu (en el sentit modern del terme), a l'igual que la família o l'Estat, en formen part. Val a dir: malgrat ser institucions imaginàries, son percebudes com a realitats autònomes, evidents en elles mateixes i, en virtut d'aquests trets, generadores d'altres realitats, d'altres imaginaris que se'n deriven (Cornelius Castoriadis, 2007 : 429-435).

Centrant-nos en el tema que ens ocupa, la concepció d'individu com un ésser que bàsicament es mou per interessos i pel càlcul instrumental també seria una construcció d'aquest imaginari social. Una construcció que, si més no durant les darreres dècades, seria en bona part el resultat de l'economia, una disciplina que gaudeix d'un gran prestigi acadèmic, però també d'un fort ressò popular i mediàtic i que no es limita a descriure, analitzar i comprendre uns fets, sinó que és, també,

un saber performatiu. Contribueix, i en no poca mesura, a esperonar, donar forma, i legitimar l'*homo oeconomicus*. Tal i com sostenen Michel Callon i Bruno Latour:

Llamaremos economía-disciplina al conjunto de las actividades que concurren en la producción de agentes calculadores. La ciencia económica más teórica trabaja a tiempo completo en esta empresa de formatear, ya que su trabajo es mucho más práctico, realista, efectivo de lo que ella misma piensa. [...] La economía-disciplina extrae en las situaciones a partir de qué hacer el cálculo, con qué producir unos agentes económicos calculadores comprometidos en una actividad de intercambio. La economía como disciplina no describe el exterior y más o menos fielmente una cosa objetiva, la economía, que existiría fuera de ella. Ella performa activamente esta cosa que no existía antes que ella y que no existiría sin ella. (Callon, Michel y Latour, Bruno (2011). «¡No calcularás!» o cómo simetrizar el don y el capital. *Athenea Digital*, 11 (I) : 175)<sup>22</sup>.

Per tant, la noció d'individu com un ens autodeterminat i mogut ja sigui per la raó, pels interessos o per impulsos, és fruit d'una construcció social, d'un imaginari que, tot i estar interrelacionat amb molt factors estructurals —tecnologia, economia, institucions polítiques i socials, etc.—, mai n'està absolutament determinat, sinó tot al contrari: canvia, es transforma, es mou. I, sobre aquesta vessant intrínsecament històrica, val a dir, subjecte a modificacions de tota mena, utilitzarem en aquesta recerca l'enfocament de Norbert Elias, segons el qual els trets de la persona, fins i tot els suposadament més íntims —emocions, impulsos, pors— no només no són aliens al context històric, sinó que ambdós evolucionen en paral·lel:

El sistema emotivo del individuo se transforma de acuerdo con los cambios de la sociedad y la transformación de las relaciones interhumanas (...). Y al igual que se transforma el comportamiento y el sistema emotivo del individuo, también cambia consecuentemente la consideración recíproca que las personas se profesan" (Norbert Elias. *El proceso de la civilización: investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, 1993 : 484-485).

Més concretament, i centrant-nos en l'època actual, partirem de la premissa que entre les grans tendències estructurals —globalització, auge del capitalisme financer, modernitat tardana o "líquida", etc.— i els trets que configuren la conducta, els rols, les idees i fins i tot la personalitat i la identitat del jo hi ha una relació d'interdependència, unes influències recíproques. Com exposa Anthony Giddens:

La modernidad altera de manera radical la naturaleza de la vida social cotidiana y afecta a los aspectos más personales de nuestra experiencia. La modernidad se ha de entender en un plano institucional; pero los cambios provocados por las instituciones modernas se entretejen directamente con la vida individual y, por tanto, con el yo. (Anthony Giddens. *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*, 2000 : 9).

---

<sup>22</sup> Consultable en línea: <https://atheneadigital.net/article/view/v11-n1-callon-latour> [darrera consulta: 03/09/2020]

Aquests canvis, però, no sempre són lineals, o ni tan sols graduals, sinó que, en determinats contextos i moments, experimenten transformacions radicals. Tant, que intentar entendre'ls amb els paràmetres actuals seria caure en un anacronisme, en una fal·làcia. Per tant, i en paral·lel a la visió de l'evolució en l'imaginari sobre l'individu com un procés, caldrà encabir, també, una visió més disruptiva, basada en la genealogia. Aquest concepte, deutor de Nietzsche<sup>23</sup>, és aplicat i desenvolupat, entre d'altres, per Michel Foucault. En concret, els tres volums de la seva *Historia de la sexualidad* posen de relleu com la modernitat construeix al voltant d'allò més suposadament íntim i personal —la sexualitat— un discurs, un saber que aspira no només a *controlar* els cossos i les ments sinó també a *generar-los*, a produir noves subjectivitats que, sota l'emparedament d'un pretès coneixement objectiu i transcendent, és el resultat d'una voluntat de poder. Paral·lelament, al seu llibre *Vigilar y castigar* (2005) exposa com les institucions modernes, com ara la presó, l'escola o la fàbrica, creen un conjunt de dinàmiques, rutines i pautes que complementen i amplifiquen aquesta voluntat no tan sols de controlar, sinó de generar nous patrons de conducta, nous patrons de subjectivitat erigides sobre unes bases substancialment diferents a les d'altres períodes històrics. Coneixement i institucions, doncs, formen un tot interrelacionat que es posa al servei del poder. Un poder, tanmateix, que no es manifesta només a través de la mera aplicació de límits i controls, ni tan sols a través de la mera imposició de pautes, sinó que busca generar, crear, impulsar determinats comportaments, idees i actituds.

Un parell de paràgrafs més amunt al·ludíem a Cornelius Castoriadis per a argumentar que l'imaginari sobre l'individu, a l'igual que sobre qualsevol altre institució, mai és un mer reflex passiu d'algun fenomen o circumstància pretesament determinant, sinó que sempre hi ha un element intrínsec de creació, de canvi, de dinamisme, d'indeterminació. Ara bé, per esbrinar com i de quina manera interactuen els processos de construcció del subjecte modern amb el context socioeconòmic i geopolític necessitem una eina epistemològica que defugui tota mena de determinisme, ja sigui de caire material i econòmic o de caire "ideal". Ens cal, doncs, una perspectiva que eviti el parany de veure en els discursos un mer "epifenomen" de la realitat material o un element adreçat a l'adaptació de l'ordre existent<sup>24</sup>, però sense caure en l'extrem de postular que la lògica dels discursos i el seu impacte es poden entendre al marge dels factors materials i institucionals. En aquest sentit, el concepte "d'afinitat electiva" de Max Weber<sup>25</sup>, segons el qual dos fenòmens d'origen, context i naturalesa diferents poden seguir, eventualment, lògiques complementàries i entrar en un procés de

---

<sup>23</sup> Molt en especial, al seu llibre *La genealogía de la moral*. Madrid: Alianza, 2006.

<sup>24</sup> Així les anàlisis de Talcott Parsons, possiblement el màxim exponent del funcionalisme, analitzen qualsevol fenomen en termes de llur funció, en la societat entesa com un sistema poc o gens dinàmic. Vegeu, per exemple, el seu llibre *Estructura y proceso en las sociedades modernas*. Madrid: Instituto de Estudios políticos, 1966.

<sup>25</sup> Max Weber desenvolupa aquest concepte a *Economía y sociedad* (México DF: FCE, 2104). Tanmateix, l'exponent paradigmàtic el tenim al seu llibre *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* (Barcelona: Península, 1989), especialment al capítol introductor i a les conclusions.



realimentació recíproca, ens servirà per intentar copsar els possibles lligams entre fenòmens de naturalesa i abast en principi tan diferents.

Centrant-nos ara en els elements del marc teòric a emprar, és necessari remarcar que de l'objecte d'estudi i dels objectius fixats se'n desprèn que haurà d'abastar diverses disciplines i àrees del coneixement. La major part d'elles posen el focus en les circumstàncies i casuístiques del present. Amb tot, la primera peça, la que constituirà en certa manera el fonament de tota la resta, ha de venir de recerques de tipus històric. D'entrada, necessitem analitzar la literatura sobre la gènesi i evolució del concepte d'individu. Per a esmentar-ne únicament les més rellevants, les que han fet aportacions destacades i, per tant, les que més emprarem aquí, podríem assenyalar *La era del individuo: contribución a una historia de la subjetividad* (1993), d'Alan Renaut, on s'hi recull la gènesi de la noció de subjectivitat, la idea que allò que defineix el jo és l'existència d'una vida mental, espiritual i emocional única i privativa de cadascú. Pel que fa a l'origen de la contraposició entre societat i individu queda abastament recollida a dos llibres de Norbert Elias: *La sociedad de los individuos* (1990) i *El proceso de la civilización* (1988). Un enfocament diferent a l'abans esmentada de Macpherson la tenim a *Las pasiones y los intereses*, d'Albert O. Hirschman (2014), on es defensa la tesi que la gènesi de l'individu modern ve marcada per l'eclosió i difusió d'unes pautes de comportament i uns valors contraposats als de l'aristocràcia però que, tanmateix, són prèvies a la consolidació del capitalisme i, per tant, no s'expliquen per aquest darrer. Quant a les repercussions ètiques i polítiques, són analitzades a *Paradojas del individualismo* (1999) de Victoria Camps. Sobre la interrelació entre la visió il·lustrada i liberal de l'individu i la romàntica, l'obra de referència és la ja esmentada *Las Fuentes del yo*, de Charles Taylor. I tot això sense oblidar el monumental estudi *Historia de la vida privada*, una obra col·lectiva coordinada per Philippe Ariès i George Duby on s'hi recullen de manera exhaustiva l'aparició i evolució de la noció d'un espai i una esfera privades, contraposades a l'àmbit públic.

Seguint amb els estudis de caire històric i genealògic, serà necessari esbrinar què s'entén per capitalisme, quina ha estat la seva gènesi històrica, com ha evolucionat fins a adquirir els trets que avui el caracteritzen. Això implica veure quins elements han anat canviant, però també quins són intrínsecs a la seva dinàmica i, per tant, necessàriament han de ser presents, per molt que puguin adoptar modalitats i trets específics en cada moment. En aquest sentit, utilitzarem la perspectiva teòrica d'Immanuel Wallerstein (2010), segons el qual el capitalisme és un sistema-mon, capaç d'articular, des de la seva gènesi als segles XVI-XVII, un conjunt dispar de cultures, territoris i estats sota una mateixa lògica econòmica basada en l'acumulació incessant de capital. Igualment ens basarem en Nancy Fraser i Rahel Jaeggi (2018), que conceben el capitalisme com un sistema basat en el mercat, la propietat privada i la maximització del benefici, però que inclou, a més, els biaixos de gènere o ètnia, entre d'altres, en tant que factors que posen l'economia domèstica —la que té a veure amb la cura de la llar, la família i els infants— al servei del capital. Pel que fa a l'anàlisi del capitalisme actual, caldrà veure i

copsar la naturalesa i l'impacte dels seus trets més característics i innovadors, com ara la segmentació i personalització creixents, l'acceleració dels ritmes de producció, rotació i obsolescència de béns i serveis o l'auge del capitalisme financer. I, per a fer-ho, emprarem les tesis de Wallerstein, Fraser i Jaeggi, però també les de David Havery (2007, 2012), en tant en quant aporten una visió sintètica molt útil.

Seguint ara amb l'anàlisi actual, però posant el focus en la propietat i en les altres fórmules d'accedir a béns, serveis i dades, però també al cos propi i aliè com quelcom que es pot posar en el mercat, haurem de recórrer a l'anàlisi econòmica per tal d'entendre el significat i l'abast de la propietat privada, l'accés a través de plataformes i l'economia col·laborativa. Així, i a banda dels autors esmentats, en l'anàlisi del paper del capitalisme de plataformes en la propietat i, més específicament en l'accés compartit, emprarem la formulació teòrica de Nick Srnicek (2018), ja que emmarca el funcionament d'aquesta modalitat dins les transformacions i la dinàmica intrínseques al capitalisme. I, pel que fa a la naturalesa de l'economia col·laborativa i l'intent d'escatir si constitueix o no una alternativa a la propietat privada, utilitzarem les anàlisis de Jeremy Rifkin (2014) i de Christian Larval i Pierre Dardot (2013 i 2015) perquè, més enllà de les seves notables diferències —el primer es mostra fermament confiat en què suposa un model capaç de substituir el capitalisme i acabar amb els seus valors culturals, les seves dinàmiques de poder i la seva manera de condicionar les relacions humanes, mentre que els dos darrers alerten que una part considerable del que es publicita com a “economia col·laborativa constitueix, en realitat, una forma camuflada de capitalisme, tan o més cruel que la clàssica—, coincideixen en cercar lligams entre propietat, evolució del capitalisme i model d'individu que hi ha al darrera.

Fixem-nos, però que el gruix dels models teòrics fins ara referenciats es caracteritzen per vincular les anàlisis estrictament econòmiques amb factors de caire social, cultural i, en no poques ocasions, institucional i polític. Cosa que indica que fins i tot per a la comprensió dels possibles lligams entre capitalisme, propietat (o altres fórmules d'accés a béns i serveis) i individu cal una perspectiva més ample.

Una perspectiva que és encara més necessària en la resta de qüestions que, en funció de l'objecte d'estudi i dels objectius, caldrà tractar. La primera d'elles, i la més important perquè serveix de rerefons teòric i conceptual per a tota la resta, és la d'identificar els trets que caracteritzen la fase actual de la modernitat. Postmodernitat? Hipermodernitat? Modernitat líquida? Modernitat tardana? Les denominacions, a l'igual que les opcions teòriques, són múltiples. S'imposa, doncs, triar-ne alguna. Aquí ens basarem en el concepte de “modernitat líquida” exposat per Zygmunt Bauman a l'obra homònima (2007) i emprada en gairebé tota la resta de la seva producció bibliogràfica posterior. La profunditat de la seva anàlisi sociològica i la seva capacitat per a vehicular-hi, de forma articulada i coherent, aspectes diversos —els nous mecanismes de control, la lògica actual del poder, les noves

formes d'exclusió social, la construcció de la identitat i de la biografia personal, les pors i incerteses contemporànies, els nous patrons de relacions socials, les paradoxes ètiques, etc.— fan d'aquesta perspectiva teòrica una eina conceptual, analítica i teòrica imprescindible per als objectius d'aquesta recerca. D'entre les múltiples aportacions, n'hi ha una que convé remarcar: en la modernitat líquida es produeix un fet anòmal en termes històrics: ni el treball, ni el consum, ni les relacions de parella ni, en general, els rols, pautes de comportament i valors són “sòlids”. Deixen de ser considerats com quelcom estable, evident, obvi i natural per passar a ser percebuts com quelcom que canvia constantment i, per tant, com quelcom que cal renovar, substituir reemplaçar. Aferrar-se a qualsevol patró, costum, bé o servei és vist, ara, com quelcom negatiu, contraproductiu: denota que hi fa no està al dia, que és algú irrellevant. D'una manera més literal que no pas metafòrica, corre el perill de “morir socialment”.

D'altra banda, el canvi constant de pautes i rols, sumat a la incertesa estructural inherent a la vida actual, implica que cap d'ells es pot donar per descomptat; cal negociar-los i renegociar-los . En cada context i a cada moment. I això inclou, també i de manera molt significativa, la identitat personal, entesa com la narrativa que hom construeix sobre si mateix, com l'autobiografia de cadascú. Cosa que també afecta, i és afectat, per la propietat i la resta d'opcions que tenim al nostre abast per a accedir a béns i serveis —uns béns i serveis que, recordem-ho, són el rerefons per a establir vincles socials de diversa mena—. Caldrà, doncs, parar especial atenció a aquests temes, per als quals, a banda de Zygmunt Bauman, també resultarà necessari analitzar el concepte de “societat de risc” d'Ulrich Beck (2006) i la renegociació constant de rols i fins i tot de biografies personals que en resulten (Ulrich Beck i Elisabeth Beck, 2016). Així doncs, les aportacions de Bauman i Beck serviran de fonament teòric i conceptual per a entendre les dinàmiques de transformació de l'individu actual, però també per a copsar millor el paper que hi ocupa la propietat. I és que paga la pena remarcar, un cop més, que comprar, vendre, llogar, intercanviar, pagar per accedir o optar per compartir no constitueixen únicament diverses maneres de relacionar-nos amb les coses. Ans al contrari: a través d'aquestes opcions —i del significat i ús que en fem— també bastim i donem forma a una determinada concepció del jo, alhora que entrem en contacte amb altres persones i hi establim uns determinats vincles socials.

Ara bé, la relació que mantenim amb les coses i, per extensió, amb les altres persones i amb nosaltres mateixos, està vinculada, avui més que mai, amb el consum. El consumisme, lluny de ser només una qüestió econòmica o un assumpte (pretesament) superficial, és, avui, un element constitutiu de la manera en què definim el nostre jo i el presentem davant els altres. I, lògicament, té molt a veure a l'hora de decidir quan, com i sota quines circumstàncies optar per adquirir, compartir, llogar o accedir. Així doncs, el nostre objecte d'estudi requereix una anàlisi prou profunda d'aquest fenomen que, a més, pari especial esment als aspectes simbòlics —una part creixent del consum té a veure amb aspectes intangibles, i fins i tot quan es tracta de béns materials, aquests aconsegueixen una dimensió simbòlica tan o més important que la funció pràctica— i a l'impacte que té en els processos actuals d'individualització. En aquest sentit, l'aportació teòrica de Jean Baudrillard a *La Sociedad de*

*consumo: sus mitos, sus estructuras* (2009) brindarà una excel·lent perspectiva per a entendre i copsar millor la dimensió dels objectes i serveis com a signes codificats socialment, mentre que les aportacions de Zygmunt Bauman sobre el tema, exposades en diverses obres, però en especial a *Vida de consumo* (2007), serviran com a eix vertebrador de la relació entre consum, relacions socials i autobiografia del jo. En paral·lel, les aportacions de Gilles Lipovetsky, especialment les que presenta a *La era del vacío* (2000) i a *El lujo eterno* (2004) permetran comprendre millor com i perquè el consum, en tant que eina de seducció basada en la gratificació, constitueix avui una via privilegiada per a la configuració del jo actual i per a difondre models i patrons no només de consum, sinó també d'estils de vida, idees i valors.

Tanmateix, el consum ha anat experimentant una metamorfosi notable, que en bona part queda recollida en els autors acabats d'esmentar. D'un consum centrat en els béns físics a un consum cada cop més sofisticat, intangible i basat en "experiències"; d'un consum més uniforme i passiu a un consum més diversificat, fins i tot personalitzat, en què l'expressió d'allò que singularitza cadascú esdevé clau; i d'un consumidor passiu a algú que col·labora en creació, posada en marxa i, sobretot, en la difusió d'allò que consumeix, esdevenint-ne així co-creador o, si es prefereix, prosumidor. Al mateix temps, la personalització, la creativitat i la creixent valoració d'allò no tangible es donen també en l'àmbit professional; si més no, entre els quadres dirigits i els professionals qualificats. Sembla talment com si bona part dels valors que des del Romanticisme s'han identificat amb l'artista —i s'han presentat com a antagònics amb els valors de l'individu burgès— passin a formar part del capitalisme, tant en la vessant productiva com en el consum. És per això que pararem atenció a les perspectives teòriques que, des d'angles diferents, apunten a aquesta possible convergència. Emprarem les anàlisis d'Ève Chiapello i Luc Boltansky (1998, 2002) per tal de veure com la fase neoliberal del capitalisme emprà categories procedents de l'àmbit artístic i estètic per a produir noves subjectivitats i per a legitimar-se, mentre que reservarem les tesis de Gilles Lipovetsky a *La estetización del mundo: vivir en la época del capitalismo artístico* (2015) per intentar entendre millor com la producció, venda i màrqueting actuals s'impregnen de criteris estètics mentre que, paral·lelament, l'àmbit artístic entra de ple en la lògica econòmica i comercial que abans solia menysprear. En aquesta línia, farem servir el marc teòric esbossat per Oli Mould (2019) per tal d'esbrinar com i perquè la creativitat, tal vegada el valor artístic més valorat avui dia, és utilitzat a mode de catalitzador dels processos de transformació de les relacions laborals, la naturalesa i l'abast de les polítiques públiques sobre habitatge i regeneració urbana, o la manera en què ens relacionem amb el món i amb els altres a través de la producció i el consum. En definitiva, amb aquests autors intentarem bastir un marc teòric que permeti copsar com i perquè la gratificació, el plaer —sensorial i estètic—, la creativitat i la singularització esdevenen, avui, patrons per a modelar conductes i crear subjectivitats cada cop més eficaços. Tant o més que el control i la vigilància tradicionals que analitzà Michel Foucault

(2005) i que, tal i com s'ha esmentat uns paràgrafs més amunt, han jugat un paper clau, tot complementant l'autonomia i llibertat individuals inherents a la modernitat amb els mecanismes per a uniformitzar comportaments i regular el cos i la ment de les persones.

Continuem ara amb Foucault, però des d'un angle diferent i, molt possiblement, menys conegut: les classes que donà al Collège de France durant el curs 1978-79 configuren una aproximació al neoliberalisme diferent a la que sol ser habitual. L'entén no com un corrent econòmic, ni com una opció ideològica més, sinó com una nova tècnica de governabilitat i com una forma diferent de crear subjectivitats que es basaria en l'aplicació del principi de competència —que fins feia poc es limitava a l'esfera econòmica— al conjunt de la vida social i cultural i que tindria com a eix vector la substitució del gruix de la vigilància externa, coercitiva, uniformitzadora i disciplinària, per l'autocontrol, l'autovigilància i l'afany per singularitzar-se. Aquesta perspectiva, que ha estat adaptada i actualitzada per diversos pensadors, com ara Wendy Brown (2016), Christian Laval i Pierre Dardot (2013), Byung-Chul Han (2014) o Gonçal Mayos (2019), serà de molta utilitat perquè entra de ple en l'anàlisi de les transformacions dels costums i les pautes de comportament personals, però també de l'imaginari social sobre què és l'individu i quins trets els caracteritzen. Cosa que inclou de ple la relació que establim amb les coses i les persones: possessió? Accés temporal en comptes de compra i, per tant, màxima facilitat per a la connexió i la desconexió? Reciprocitat mitjançant l'intercanvi? Voluntat de crear vincles socials mitjançant la compartició?

Una altra aportació teòrica (i epistemològica) remarcable ens l'ofereix el llibre de Peter Sloterdijk titulat *Has de canviar de vida: sobre antropotècnica* (2012). Al capdavall, si el neoliberalisme és un vector de construcció de noves subjectivitats fonamentades en el principi de competència i que pivoten no sobre el control disciplinari extern, sinó sobre l'autocontrol, sobre la detecció de possibles mancances i la recerca d'una millora constant del jo, el corol·lari lògic serà que el subjecte actual s'articula no només a través d'un conjunt d'idees, valors i percepcions, sinó també mitjançant un conjunt de tècniques, de pràctiques, d'exercicis. I és en aquest punt on el llibre esmentat d'Sloterdijk aporta valuosos elements, en demostrar que aquesta vessant tècnica, pràctica, habitualment menystinguda pel gruix de la literatura sobre el tema, ha estat cabdal a l'hora de configurar el model del jo i les pautes culturals i simbòliques dominants, però que avui adquireix noves formes i noves manifestacions, substituint l'antic rerefons transcendent per a abastar fenòmens com ara les noves creences basades en el jo fins a la pràctica massiva de l'esport. Es tracta d'una tesi en principi coincident amb l'enfocament de Michel Foucault exposat a *El cuidado de si* (2019), on també s'emfasitza la importància de l'autoanàlisi, l'autocontrol i la cura del cos i la psique, però des d'un rerefons teòric diferent i des d'una perspectiva històrica més ampla.

Fins ara, hem anat insistint abastament sobre la possible relació entre individu i propietat i altres fórmules d'accés a béns i serveis. Tanmateix, hom no pot oblidar l'altre pols d'aquesta relació: la "comunitat". És especialment present en el discurs de l'economia col·laborativa, però també forma part creixent del discurs públic, fins i tot en l'àmbit empresarial i en el màrqueting. Per tant, caldrà abordar-lo des d'una perspectiva teòrica adient, que abasti el seu rerefons històric, però sense negligir les transformacions que pugui estar experimentant i que, tal vegada, permetin entendre el seu paradoxal retorn en ple procés d'individualització. Per a intentar complir amb el primer objectiu, analitzarem el clàssic sociològic i antropològic per excel·lència sobre el tema, a saber: *Comunitat i associació* (1984), de Ferdinand Tönnies, que servirà de base si volem copsar-ne el significat originari i entendre llur contraposició amb les fórmules modernes d'associació. I, per al segon objectiu, emprarem les interpretacions de Zygmunt Bauman (2003) i de Manuel Castells (2003), ja que permeten veure quin tipus de vincle social s'inclou avui sota aquesta denominació i quins en són els seus trets definitoris.

Després d'aquest recorregut, una cosa queda prou clara: de la construcció del present objecte d'estudi, els seus objectius i el seu abast, es desprèn que cal recollir les aportacions de diverses disciplines i àmbits del coneixement. Recollir i, a ser possible, articular de manera coherent, cosa que necessàriament implica i pressuposa combinar aquestes diverses parcel·les del coneixement, contrastar-les i compaginar-les sota un fil conductor comú. Cal, doncs, un enfocament pluri-intertransdisciplinari. Això suposa, d'entrada, recollir les aportacions de diferents disciplines acadèmiques. Tanmateix, a banda de recollir-les, també s'intentarà relacionar-les, tot posant de relleu les possibles similituds i diferències; més enllà, doncs, de la mera suma i juxtaposició d'àmbits del coneixement, es pretén furnir una aproximació que els interrelacioni. Més encara, s'hi pretén articular una aproximació conceptual que englobi les aportacions de les diverses disciplines en un únic discurs, on similituds i diferències vindran donats per les dades i les idees aportades per cada pensador o investigador, així com per la seva incidència en el present objecte d'estudi, i no pas per l'àmbit del coneixement del qual procedeixen<sup>26</sup>.

### **Les eines: anàlisi teòric i contrast amb literatura sobre el jo**

Aquesta recerca no pretén esbrinar les aportacions d'un autor determinat, o de diversos autors, sinó que, tal i com ja s'ha posat de relleu, intenta dirimir quin paper juguen la propietat, el lloguer, l'accés, o l'anomenada economia col·laborativa a l'hora de bastir un determinat model d'individu;

---

<sup>26</sup> Amb tot, hi ha un cert predomini de les perspectives d'arrel sociològica i, en menor grau, de les provinents de diverses disciplines humanístiques, fruit del bagatge intel·lectual de les dues llicenciatures que tinc: la de Ciències polítiques i sociologia, obtinguda l'any 1995 a la UAB, i la d'Humanitats, aconseguida per la UOC l'any 2010.

concretament, a l'hora de relacionar-se amb les coses i serveis i, a través d'ells, també amb els altres i amb si mateix. Això implica que s'analitzaran les diverses aportacions teòriques abans esmentades, òbviament, però no com una finalitat en ella mateixa, sinó com un mitjà, com una eina analítica i conceptual per a avançar progressivament en la recerca, en la construcció de l'objecte d'estudi i, per descomptat, en les possibles respostes als interrogants plantejats.

Ara bé, utilitzar les aportacions teòriques com un mitjà i no pas com una finalitat pressuposa que només fixarem l'atenció en aquells aspectes que puguin resultar útils per a la present recerca, deixant de banda altres elements, per rellevants que siguin. O, a tot estirar, introduir-los a tall d'elements de contextualització, d'aportacions que han d'ajudar a entendre millor el significat, l'abast i la rellevància de les qüestions que ens interessa estudiar a fons. I també implica cercar elements de connexió amb altres aportacions teòriques i conceptuals. Connexió, tanmateix, no té perquè ser sinònim de similitud. Al capdavall, una visió més completa d'una parcel·la determinada per la realitat tant pot venir per la confluència de punts de vista com pel contrast, per la divergència, pel matís. El mosaic pot estar compostat per peces de diferent textura, color i dimensions. El que importa és que puguin anar encaixant; és a dir, que aportin alguna cosa a les altres peces de què es compon la recerca.

Amb tot, si la recerca s'enfoqués exclusivament en l'anàlisi de la bibliografia teòrica, per molt rellevant i per molt pluri-inter-transdisciplinar que sigui, correria el risc de quedar coixa. De caure en un "discurs circular", en què l'únic element a valorar sigui la coherència lògica i teòrica dels arguments emprats per diversos autors, i no pas la incidència i rellevància factual d'allò que descriuen. Necessitem, doncs, una referència directa, empírica, que connecti el marc teòric i epistemològic amb allò que succeeix en el dia a dia i que permeti trobar-hi connexions... o divergències i fins i tot incompatibilitats.

De possibilitats d'aportar una base factual, n'hi ha diverses, essent les enquestes —quantitatives i/o qualitatives—, els estudis estadístics o l'observació participant les més habituals. Tanmateix, aquí optarem per una altra via: pel que fa a la primera part de la recerca, la que posa el focus en el sorgiment i evolució històriques de la noció d'individu i de propietat, analitzarem algunes novel·les que, en el seu moment, tingueren un fort impacte literari, però també, i sobretot, popular. I, pel que fa a l'època actual, analitzarem diversos textos del que ha vingut a anomenar-se "autoajuda" i/o "creixement personal", però també d'altres, més orientats als professionals del màrqueting o de la gestió empresarial que, com tindrem ocasió d'esbrinar abastament, presenten significatives similituds, de fons i de contingut, amb les primeres.

Òbviament, aquesta opció presenta l'avantatge de ser més assequible en termes de temps i recursos. No és aquest, però, l'únic punt al seu favor, ni l'únic motiu per al seu ús. D'entrada, apostar, com fem aquí, per la noció que la realitat humana i, més concretament, les qüestions que aquí

analitzarem, son una construcció, un imaginari articulat socialment, equival a afirmar que els factors estructurals i materials —tecnologia, estructura econòmica, base productiva, etc.— mai no determinen per si sols el comportament i l'actitud de les persones i els col·lectius, i menys encara la percepció que tenen de si mateixos. I no pas perquè no siguin importants<sup>27</sup> —ans al contrari: tenen una forta incidència i, per tant, cal tenir-los sempre en compte— sinó perquè llur impacte sempre depèn de com son percebuts, de com son entesos i valorats, dels significats que li atorguem. Per tant, l'anàlisi d'aquest tipus de textos pot donar pistes de la idea de propietat i d'individu que impera en un moment donat. Unes pistes que, bo i no ser estadísticament representatives, sí serveixen per a identificar significats socialment construïts, veure com s'articulen i, fins i tot, albirar trets i tendències que, tal vegada, no han quedat prou recollides en la literatura teòrica abans esmentada.

Tanmateix, seria una errada limitar-nos a aquest nivell d'anàlisi. Assumir que novel·les, llibres d'autoajuda, màrqueting, gestió d'empreses i de recursos humans i, en general, qualsevol producte de consum popular i cultural constitueix merament una mena de mirall d'allò que pensen un conjunt d'individus equival a passar per alt, a obviar, allò que la perspectiva constructivista emfasitza més, a saber: que allò que entenem per realitat és una construcció, un artifici que es genera i modifica de manera intersubjectiva, és a dir, a través de les diverses interaccions socials —físiques i, cada cop més, també virtuals—, de les accions i patrons de comportament socialment acceptats, del funcionament quotidià de les institucions socials. I, també, del consum i/o la participació de tota mena de productes culturals i informatius: llibres, ràdio, televisió, internet, però també tallers, sessions i conferències. Això vol dir, per centrar-nos en el tema objecte d'estudi, que la percepció sobre la identitat personal, sobre allò que constitueix el nucli essencial del jo i sobre la relació que establim amb el món però també amb els altres —en altres termes: sobre si és millor adquirir, compartir, llogar, pagar per l'accés per les coses i, paral·lelament, sobre si hom opta per vendre els seus coneixements, habilitats i accions, per compartir-los gratuïtament o per concebre'ls com un capital que tard o d'hora donarà uns beneficis, una renda— no és una qüestió estrictament personal sinó que depèn de factors intersubjectius, de l'entorn cultural i social on viu l'individu. I una de les peces clau d'aquest complex engranatge ve constituïda per la creixent literatura sobre autoajuda, management i recursos humans. Lluny de ser un mer mirall de les nostres percepcions, idees i

---

<sup>27</sup> Seria un error creure que Berger i Luckmann (1996), d'una banda, i Cornelius Castoriadis (2007), de l'altra, aposten per donar prioritat a les idees i valors en detriment de la incidència dels condicionants materials i econòmics. El debat no s'ha de plantejar tant en termes d'idealisme – materialisme o “infraestructura – superestructura”, sinó en termes d'una visió no determinista de la realitat humana, segons la qual no reaccionem de forma mecànica, automàtica i previsible davant unes determinades circumstàncies o factors, sinó que hi reaccionem en funció dels significats que li atorguem. Uns significats que s'articulen a través de símbols, fruit de les interaccions socials i culturals que mantenim contínuament i que, quan cristal·litzen en forma de pautes, normes, costums i institucions, adquireixen l'aparença de quelcom objectiu, natural, inevitable. No es tracta, doncs, d'afirmar que les idees son més importants que l'economia, ni tampoc l'inrevés, sinó de veure ambdós factors com a circumstàncies que son percebudes i valorades per nosaltres en funció de les construccions simbòliques dominants en un moment i en un context determinats.



valors, actuen de catalitzadors, impulsors i (re)conductors. Ja tenim, doncs, una segona justificació de la seva rellevància.

Però, per què triar concretament aquest tipus de literatura i no un altre?

Comencem per la novel·la: a diferència d'altres gèneres, la seva aparició és relativament recent i, no per casualitat, coincideix amb l'emergència dels fenòmens que analitzem en aquesta recerca. En explicar històries i vivències centrades en individus corrents de diferents de diferents contextos i classes socials, la seva aparició i difusió ja suposa, d'entrada, una aposta per la importància de l'individu, per un protagonisme del jo que vindria donat no pel llinatge o la posició, sinó pel seu caràcter diferent, singular i, per tant, mereixedor de l'atenció del lector. A més de retratar persones sovint anònimes, la novel·la centra l'atenció del lector en la quotidianitat; en especial, en l'àmbit domèstic i privat. I aquesta idea —que existeix un àmbit públic i un altre de privat, i que entre ambdós hi ha una separació física i simbòlica— dista molt de ser quelcom evident; de fet, és una construcció típicament moderna y típicament occidental<sup>28</sup>, fortament relacionada amb l'emergència de la noció moderna d'individu i amb la necessitat de disposar d'un espai propi, no compartit amb la comunitat. Per últim, la introspecció, l'anàlisi dels pensament si les emocions dels protagonistes, ocupa un lloc central en la novel·la, cosa que, un cop més, suposa una innovació. Un innovació de gran importància perquè implica donar protagonisme a la vida interior i presentar-la com un àmbit no tan sols diferent, sinó sovint contraposat al jo que presentem en societat. En definitiva, reivindicació de l'individu, de la quotidianitat i de les vivències i experiències personals. Tota una autèntica revolució reflectida, i alhora impulsada, per aquest gènere literari intrínsecament modern:

La nueva literatura moderna se singulariza frente a toda la literatura que la precediera, por su retrato de lo particular. Se aleja de las tramas tradicionales y de las historias arquetípicas, y rompe con la preferencia clásica por lo general y universal. Narra las vidas de personas particulares con toda clase de detalles. [...] Lo general, lo típico, surge ahora de la descripción de lo particular, de personajes situados en su peculiaridad, personajes que llevan nombres y apellidos. (Charles Taylor. *Fuentes del yo: la construcción de la identidad moderna*, 2006 : 396).

Tots aquests trets ja són prou importants per ells mateixos, però ho són encara més si tenim en compte que la novel·la gaudí, a partir del segle XIX, d'una popularitat sense precedents. De la mà de la progressiva extensió de l'alfabetització, de la necessitat de la burgesia emergent de

---

<sup>28</sup> Sobre la gènesi i evolució de la noció d'un espai i una esfera privades, que han de romandre físicament i simbòlicament separats dels espais públics, vegeu: Philippe Airès (coord.). *Historia de la vida privada*. Madrid: Taurus, 2005.

mostrar el seu nou estatus demostrant un bon “gust”<sup>29</sup> cultural, milers i milers de lectors —i, per primera vegada, també de lectores— troben en la novel·la models de sensibilitat, pautes de conducta i formes de verbalitzar i concebre els seus estats anímics. De manera que aquest gènere es converteix en corretja de transmissió de nous valors, noves idees i nous enfocaments. Elements, tots ells, que la converteixen, alhora, en una mena de mirall privilegiat dels canvis objecte d’estudi i en un potentíssim catalitzador d’ells.

Pel que fa als llibres anomenats d’autoajuda, així com els que donen consells sobre la gestió adequada del personal i sobre màrqueting i publicitat, són un material especialment útil per a analitzar les transformacions recents. D’entrada, per la forta presència mediàtica, social i cultural que té aquest tipus de literatura: els llibres d’aquests gèneres figuren entre els més venuts i formen part, i de manera incisiva, dels referents culturals més difosos, més omnipresents. En segon lloc, perquè l’impacte dels missatges que difon i, per tant, el seu grau d’incidència sobre les percepcions i els valors socialment admesos sobre el jo i llur relació amb la propietat, es veu enormement amplificat gràcies a la seva translació pràctica en forma de cursos —des dels més populars i assequibles fins als que són impartits a les facultats d’elit—, tallers de *coaching*, sessions de psicoteràpia, tant individuals com grupals, consells d’experts, programes de TV... tot això, evidentment, amplificat i potenciat gràcies als mitjans de comunicació i, cada dia més, també gràcies a les xarxes socials. El paper d’aquestes pràctiques és essencial perquè permeten que les teories abstractes “prenguin cos”, s’institucionalitzin (Cornelius Castoriadis : 2007) i passin, per tant, a ser vistes com quelcom (presumptament) evident i sòlid. En poques paraules: l’èxit d’aquest tipus de literatura i, en especial, llur associació amb un ampli ventall de pràctiques socials fan d’ella un potent transmissor de pautes culturals que no podem negligir. Contribueix a bastir un discurs hegemònic, i a traduir aquest discurs en un seguit de pràctiques i actuacions socialment acceptades.

En tercer lloc, l’autoajuda, el management, el màrqueting o la gestió de recursos humans constitueixen, avui més que mai, una mena d’indicador, d’exponent dels desitjos, anhels, inquietuds i tendències culturals profundament arrelades. En efecte, llur èxit no és casual, ni obeeix únicament al potent suport mediàtic i a les intel·ligents campanyes de màrqueting que hi ha al darrera. Aquests factors són importants, certament, però no ho expliquen tot. Quan uns discursos (que després es duen a terme mitjançant un seguit de tallers, sessions i altres pràctiques) esdevenen molt demandats durant un període de temps persistent és perquè, entre d’altres raons, entronca amb problemes, aspiracions i casuístiques profundament arrelades. Per tant, i ja sigui de manera directa o indirecta, explícita o tàcita, aquest tipus de literatura reflecteix la manera

---

<sup>29</sup> Sobre la gènesi i formació de la noció del “gust” com quelcom que, presumptament, diferencia l’individu sensible, de “casa bona” i refinat de la resta, vegeu: Pierre Bourdieu. *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 2012.

en què ens pensem a nosaltres mateixos avui dia i la manera com això encaixa amb les decisions que prenem tant a l'hora d'optar per adquirir, llogar, accedir o compartir béns, serveis, com a l'hora de decantar-nos per cercar un sou, una renda de capital o per gestionar en comú les nostres habilitats, capacitats i coneixements. Però encara hi ha més: són també un indici, una mena de fil d'Ariadna que, convenientment estirat, pot brindar-nos algunes pistes sobre els condicionants estructurals —productius, socials, culturals— on s'hi insereixen els discursos sobre el jo.

Per tots aquests elements, el contrast dels postulats i les tesis —explícites i implícites— d'aquest tipus de literatura amb la perspectiva teòrica aquí emprada pot aportar una valuosa informació a aquesta recerca. Pot dur a terme la funció que podria tenir una recerca empírica convencional —entrevistes, enquestes, un focus group, un estudi estadístic, etc.— que, pels mitjans materials i logístics que necessitaria, no podem dur a terme; pot proporcionar informació valuosa sobre les imatges, les percepcions, les valoracions inherents al discurs actual del jo i la seva relació amb el capitalisme i les diverses modalitats d'economia col·laborativa. Una informació, evidentment, de caire qualitatiu més que no pas quantitatiu i que, per tant, no pot tenir cap pretensió d'exhaustivitat ni de representativitat estadística, però que, tanmateix, resulta útil poder contrastar amb els principals discursos teòrics sobre el tema. Pot servir a tall orientatiu, com a indicació de com i de quina manera els trets estructurals de la nostra societat, tal i com venen definits en les perspectives teòriques, es veuen reflectits en la literatura popular i professional sobre autoajuda i èxit personal i professional; com i de quina manera es legitimen els canvis que haurem analitzat teòricament; com i de quina manera s'emascaren les tensions i conflictes de poder. I, per descomptat, les possibles divergències, així com aquells aspectes no recollits en la literatura d'abast més teòric, poden servir a tall d'indici, de pistes que indiquen que hi ha algun tret important que no ha estat prou analitzat teòricament. Poden, en definitiva, ser una eina per a millorar l'anàlisi i interpretació teòrica sobre aquest camp.

Certament, hom pot objectar que els resultats reals de la miríada de textos, cursos i tallers sobre autoajuda, màrqueting, management i gestió dels recursos humans queda, sovint, ben lluny dels objectius extremadament ambiciosos que s'hi proposen. És força discutible, en efecte, que els nivells d'autoexigència, implicació i passió posats en la "millora" constant del subjecte siguin duts a terme realment, ja sigui a la feina o fora d'ella. Tanmateix, allò que realment importa d'aquests textos i aquestes pràctiques no és tant el grau efectiu i contrastable d'assoliment dels seus objectius, sinó el paper que tenen en l'imaginari intersubjectiu sobre el model del jo a què hom es veu impel·lit a convertir-se, així com en llur legitimació. Una legitimació que no passa només per l'argumentació i la ideologia explícites sinó també, i de manera molt especial, per l'apel·lació a la passió, la il·lusió, les ganes, la motivació. I, atès que, tal i com tindrem ocasió de veure més endavant, un tret essencial d'aquest tipus de literatura és entendre el jo com un procés

en constant canvi, en perpètua transformació, allò que realment és rellevant és el camí, la tendència:

El análisis de la racionalidad no se ocupa tanto de medir la distancia entre sueño y realidad, sino de identificar el imaginario que se propone al sujeto neoliberal. No es necesario [...] que la gestión de sí mismo como una empresa se extienda a todos los aspectos de la existencia [...] sino que puede constituirse como un programa no completado que ha de perseguirse como un ideal capaz de orientar la acción y movilizar la conciencia. (Massimiliano Nico i Luca Paltrinieri. “El tránsito del empresario de sí mismo a la start—up existencia en el marco de las transformaciones de la racionalidad neoliberal”. *Recerca – Revista de pensament i anàlisi*, 24, I (2019) : 41.

## LES HIPÒTESIS

De conformitat amb l'objecte d'estudi tal i com s'ha bastit i exposat a les pàgines precedents i amb els objectius fixats, les hipòtesis que a continuació es detallen giraran al voltant de la relació entre la percepció del jo i les modalitats en què aquest es pot relacionar amb les coses, els altres i un mateix: accés, compartició, intercanvi i, en especial, la propietat. Sempre amb el benentès que el punt de partença teòric és que la noció d'individu no és quelcom obvi, natural, sinó el resultat d'un imaginari social (Cornelius Castoriadis, 2007), d'una construcció social (Berger i Luckmann, 1996) i que, com a tal, va canviant en funció de l'entorn social i cultural però que, al seu torn, també incideix sobre aquesta, ja que, al capdavant, la noció d'individu juga un paper essencial en la modernitat, tal i com Charles Taylor (1996), entre molts d'altres, ha posat de relleu. Semblantment, i en estreta relació amb el que s'acaba d'exposar, les hipòtesis partiran de l'enfocament epistemològic aquí adoptat, i que es caracteritza per focalitzar l'atenció no ens els suposats trets objectius que presenti l'individu, ni tampoc en els aspectes jurídics i econòmics de la propietat, l'accés, la compartició o l'intercanvi, sinó en l'imaginari social al voltant d'aquests. Allò que ens interessa i, per tant, allò que articularà les hipòtesis, és la identificació, anàlisi i comprensió del conjunt de percepcions socials i idees que en un moment donat hom té sobre els seus trets cabdals. Això sí, sempre tenint en compte els condicionants econòmics, sociològics i ideològics.

Caldrà, però, establir una diferenciació entre la gènesi i consolidació de la noció moderna d'individu i de propietat i els canvis que ambdós conceptes estan experimentant en l'imaginari social actual. I, dins d'aquest segon bloc, serà necessari distingir la funció i el paper que pugui tenir la propietat per a les empreses i corporacions capitalistes, d'una banda, i per als individus, de l'altra. Certament, l'èmfasi actual en l'emprenedoria, en adoptar a escala personal el gruix de la cosmovisió pròpia del món empresarial, fa que aquesta distinció sigui discutible quant als efectes reals. Tanmateix, el focus d'aquesta recerca es centra en la construcció de la subjectivitat; per tant, interessa diferenciar, si més no a nivell analític, allò que pot ser funcional per a la dinàmica de funcionament del capital d'allò que, a ulls de l'individu, pot semblar útil, necessari, desitjable o rebutjable.

Per tant, les hipòtesis aquí presentades s'estructuren en tres blocs. El primer abasta els segles XVII, XVIII i XIX, és a dir, el període durant el qual es perfilen el capitalisme, l'Estat modern, la possessió i acumulació de propietats i la idea d'individu com un ésser autònom dotat de la capacitat i el dret de decidir sobre el seu propi futur i sobre la relació que vol mantenir amb les coses i amb la resta d'individus. El segon bloc inclourà les hipòtesis sobre el tipus de vincle actual que estableixen les empreses i corporacions amb la propietat, el lloguer, l'intercanvi, l'accés o la compartició. El tercer i darrer, que serà el més extens perquè constitueix el nucli principal de la

recerca, articularà les hipòtesis relatives al com i al perquè de l'articulació entre el jo actual i la propietat.

### **Hipòtesis de caire històric**

**Hipòtesi A: en la configuració de "l'individu possessiu" hi ha, també, elements de caire no econòmic**

Tal i com ja s'ha esmentat abans, la tesi de l'"individualisme possessiu" de Macpherson (1970) postula que Hobbes, Locke (així com Hume i Adam Smith, tot i aquests darrers queden fora de l'abast de Macpherson) van desenvolupar una visió de l'ésser humà diferent a la que hi havia hagut en altres èpoques i en altres tradicions intel·lectuals. Per primera vegada, s'argumenta que la societat no és un tot orgànic i interdependent on la família extensa, el clan, el gremi o altres formes d'agrupació hi juguen un paper clau i on l'ordre recau, en darrer terme, en alguna fonamentació religiosa o metafísica, sinó que es compon d'individus, entesos com ens autònoms, dotats de raó i que actuen per mòbils, interessos, idees i valors específics i singulars. Trets, tots ells, en virtut dels quals esdevenen portadors de determinats drets naturals i inalienables. Entre ells, el de la propietat, que inclou tant la possibilitat de comprar i vendre terres, béns immobles i mercaderies, com la possibilitat de posar al mercat la força de treball, coneixements i habilitats de l'individu. Com a conseqüència, la societat i les institucions polítiques passen a ser vistes com el resultat d'un pacte pensat per protegir la vida i les llibertats individuals, però també, i molt especialment, per protegir els legítims interessos dels propietaris, és a dir, dels individus que posseeixen diverses coses, inclòs el seu propi cos:

El individuo —se pensaba— es libre en la medida en que es el propietario de su propia persona y de sus capacidades. Lo esencial del ser humano es la libertad de la dependencia de las voluntades ajenas, y la libertad es función de lo que se posee. La sociedad se convierte en un hato de individuos libres e iguales relacionados entre sí como propietarios de sus propias capacidades y de lo que han adquirido mediante su ejercicio. La sociedad está hecha de relaciones de intercambio entre propietarios. La sociedad política se convierte en un artificio diseñado para la protección de esta propiedad y para el mantenimiento de una relación de cambio debidamente ordenada. (C. B. Macpherson. *La teoría política del individualismo posesivo: de Hobbes a Locke*, 1970 : 15).

Aquesta tesi constitueix el punt de partença de la present recerca i, com a tal, no la qüestionem. És més, esperem poder aportar arguments a favor seu. Tanmateix, hi afegirem alguns matisos considerables. El primer d'ells, el que ara ens ocupa, afirma que, si bé és cert que Hobbes i Locke, així com, una mica més endavant, Hume i Smith, legitimen la propietat privada, la seva

compra-venda i la concepció del cos com quelcom propietat de l'individu i que, per tant, també pot posar al mercat, no és menys cert que el mòbil que els portava a argumentar i defensar aquests postulats conté elements que van molt més enllà del càlcul econòmic. I, sobretot, molt més enllà de la noció d'ésser humà com a *homo oeconomicus*, és a dir, com algú obsedit en calcular costos i beneficis en tot allò que duu a terme i en totes les seves relacions socials. Altrament dit: formulem la hipòtesi que la concepció de l'individu d'aquests pensadors —inclòs Adam Smith, reivindicat (o denostat) com a pare indiscutible del liberalisme econòmic i de la defensa de l'aleshores incipient capitalisme— conté elements que ultrapassen de llarg la visió estrictament econòmic i pecuniària del jo.

Anem, però, a concretar una mica més aquesta hipòtesi: d'una banda, defensem que darrera la defensa de la propietat privada dels pensadors esmentats no hi ha únicament arguments de caire econòmic, sinó que també n'hi ha de caire ètic i de preservació de la pau social, especialment un: ens basem en el llibre d'Albert Hirschmann *Las pasiones y los intereses: argumentos en favor del capitalismo previos a su triunfo* (2014) per a postular que darrera la defensa aferrissada de la possessió de béns, terres i del propi cos hi ha, també, una voluntat de substituir les aleshores habituals lluites per motius de prestigi i honor mitjanant l'apel·lació a l'interès, al càlcul instrumental, entès i defensat com quelcom que faria de pont entre les passions i els codis aristocràtics. Cosa que, segons s'esperava, afavoriria la pau social i l'harmonia o, si més no, la resolució no violenta del conflicte mitjançant el pacte, l'acord entre agents amb posicionaments i interessos divergents.

### **Hipòtesi B: entre “individualisme possessiu” i capitalisme hi ha una relació de circularitat, no pas lineal**

De la hipòtesi precedent no se'n desprèn, però, que els textos de Hobbes, Locke, Hume i Adam Smith no hagin estat un element cabdal a l'hora de legitimar el capitalisme. De fet, han estat, i segueixen sent, esmentats de manera reiterada a l'hora de defensar-lo i donar-li una cobertura intel·lectual solvent i prestigiada. A tall merament il·lustratiu, al capítol dedicat a Milton Friedman veurem com aquest famós economista presenta els seus postulats com el desenvolupament natural i lògic de totes i cadascuna de les idees clau d'Adam Smith<sup>30</sup>, qui, al seu torn, és deutor, i

---

<sup>30</sup> Com tindrem ocasió de veure al capítol dedicat a Adam Smith, la interpretació que en fa Milton Friedman i, en general, el neoliberalisme, resulta força discutible. Concretament, no es fa ressò del concepte de “simpatia” ni del rerefons ètic subjacent als seus postulats econòmics. No menys important és un altre factor que sovint resta oblidat, o directament alterat, en la lectura que se sol fer dels textos d'aquest pensador escocès: el fet que en cap moment defensa que les institucions públiques s'hagin de regir per criteris de mercat, a diferència del que, com tindrem ocasió de veure abastament, fa el neoliberalisme actual. Tanmateix, allò que ens interessa posar de relleu en el marc d'aquesta recerca és el fet que la lectura dominant que se n'ha fet sí ha servit, i segueix servint encara, com un potent element legitimador del capitalisme, incloses les variants més extremes.

en no poca mesura, de la visió de l'individu, de la societat i de l'ètica de Hume i, tot i que en menor grau, també de la de Locke.

Evidentment, aquesta afirmació no acaba de quadrar del tot amb la hipòtesi precedent. Per tant, alguna cosa falla. Una possible explicació rau en afirmar que la lectura que s'ha fet dels pensadors esmentats és esbiaixada, parcial o, senzillament, superficial. En consonància amb els plantejaments epistemològics i teòrics abans esmentats, en la present recerca partirem de la base que, més enllà dels possibles errors, biaixos o fins i tot tergiversacions, la lectura que hom fa dels textos bàsics d'un autor o d'un corrent de pensament donat, sigui quin sigui, no és, ni pot ser, unívoca, objectiva i taxativa, sinó que és, i només pot ser, quelcom obert, el resultat de la interacció entre allò que està escrit i la interpretació que en fan els i les lectores. Una interpretació que, al seu torn, està fortament condicionada per l'època, el tipus de societat i els referents culturals de qui llegeix i interpreta els seus textos.

Partint d'aquesta base, formulem la següent hipòtesi: de la mateixa manera que els textos de Hobbes, Locke, Hume i Smith han servit a mode d'eficax i poderosa eina intel·lectual per a donar cobertura ideològica a l'aleshores incipient capitalisme, no és menys cert que la relació també funciona en sentit contrari; és a dir, que el ràpid desenvolupament del capitalisme ha condicionat la lectura dels primers, tot posant l'èmfasi en aquelles idees més favorables a aquest sistema, i menystenint, minimitzant, obviant o reinterpretant aquells elements que no en siguin tan coincidents

### **Hipòtesi C: relació de continuïtat (malgrat les grans diferències) entre el jo il·lustrat i el romàntic**

La visió de l'ésser humà de Hobbes, Locke, Hume i Smith presenta un rerefons comú: la voluntat d'estudiar d'una manera metòdica, científica i rigorosament racional allò que som, més que no pas postular allò que hauríem de ser. I, d'aquest enfocament epistemològic, en surt una visió força mecanicista. El comportament de les persones és quelcom que es deriva d'un seguit d'impulsos que provoquen unes determinades reaccions. Aquests impulsos poden ser de naturalesa passional i compulsiva (Hobbes) o també de naturalesa racional i fins i tot ètica (Locke, Smith) però, en qualsevol cas, resulten previsibles; es poden identificar, analitzar, descriure i fins i tot preveure de manera metòdica, científica.

Ben diferent és l'enfocament romàntic. Erigida, justament, contra aquesta visió mecanicista, la concepció romàntica del jo posa l'èmfasi en la naturalesa inefable del jo. No som simples mecanismes que reaccionem de manera previsible als estímuls, sinó éssers dotats d'una ànima



que conté una part de misteri, un fons que sol romandre ocult i que no es pot reduir ni a impulsos primaris ni, menys encara, a interessos, càlcul i raó. I és en virtut d'aquest element inefable i irreductible a qualsevol explicació mecanicista que som, també, éssers creatius, capaços de reaccionar de manera original, imprevista i diferent. D'aquí la importància de l'art en totes les seves manifestacions. A través de la dimensió estètica, la creativitat pròpia i única de cadascú pot prendre forma, pot manifestar-se i, de pas, canviar la realitat del subjecte i del món que l'envolta.

Aquestes profundes diferències han donat lloc a presentar ambdues visions com antagòniques, incompatibles. En aquesta recerca, i sense negar en absolut les fortes divergències i la tensió que se'n deriva, apostem per afirmar que entre la visió il·lustrada i liberal del jo i la romàntica hi ha hagut, a la pràctica, una forta complementarietat. Molt probablement, no desitjada, imprevista, però real, al capdavant. Però, en què consistiria aquesta complementarietat?

D'una banda, la idea romàntica del jo —o, per ser més precisos, la popularització d'una determinada versió del romanticisme que posa l'èmfasi en l'amor i les passions com a puntal bàsic de la parella, la família i la vida privada— ha servit per legitimar i naturalitzar un dels trets bàsics del capitalisme clàssic: la diferenciació entre l'esfera pública, entesa com un reducte masculí regit per la lògica econòmica o pel pacte instrumental, i l'àmbit privat, que coincidiria amb l'espai de socialització i reproducció, on el protagonisme dels sentiments, i concretament dels sentiments que l'imaginari col·lectiu associa amb la dona, tenen més protagonisme.

D'altra banda, aquest èmfasi en la importància dels sentiments a l'hora de fonamentar els vincles de parella i família i, en general, a l'hora de vehicular l'àmbit privat, reforçaria, tot i que des d'un angle diferent, la voluntat il·lustrada de dissoldre els vincles de les societats tradicionals, fonamentades en la fidelitat a la tradició, els vincles de dependència grupals, com ara el clan, el veïnatge, el senyor feudal, els gremis o l'església. Si els primers assenten les bases d'un individu concebut com un subjecte autònom, lliure de perseguir els seus propis interessos i pactar amb altres individus igualment autònoms (a condició que també siguin propietaris)<sup>31</sup> les normes i les institucions que hauran de regular la vida en societat i garantir l'ordre, els darrers forneixen l'imaginari social necessari —els sentiments, en tant que plasmació d'allò més autèntic i genuí de cadascú—, per deslegitimar els matrimonis de conveniència i la resta de vincles propis de la comunitat (en el sentit en què fou teoritzada per Ferdinand Tönnies : 1984) i llur substitució per la família nuclear suposadament basada en l'amor i el consentiment lliure dels cònjuges.

---

<sup>31</sup> Paga la pena tornar a recordar que durant moltes dècades el dret de sufragi i, per tant, el dret de participar en els afers col·lectius, restava circumscrit als homes que tinguessin algun bé immoble i/o alguna extensió de terra en propietat. Tal i com argumenta de manera feaçent C. B. Macpherson (1970), la noció moderna d'individu apareix tan lligada amb la possessió que, en absència d'aquesta darrera, hom no era considerat mereixedor dels drets polítics, sinó tan sols dels civils.

Per últim, en insistir en l'existència d'un jo genuí, però que sovint roman ocult, contraposat al jo plegat als convencionalismes que presentem en societat, i en postular que l'autèntica essència de cadascú rau en el primer, el romanticisme ha vehiculat i amplificat un dels trets que, segons Norbert Elias (1993, 2000), defineixen la modernitat: la noció que individu i societat són realitats clarament diferents i que entre ambdues hi ha una separació, un abisme, de manera que la individualitat seria quelcom que s'afirma al marge —i a vegades en contra— de la societat, mentre que aquesta darrera ha de recórrer al control, la repressió o a la força dels convencionalismes per tal de mantenir i imposar l'ordre que requereix per a funcionar.

### **Hipotesi D: complementarietat (i tensió) entre el dinamisme capitalista i la lògica disciplinària**

El capitalisme és un sistema intrínsecament dinàmic que requereix i pressuposa l'afany de lucre, la predisposició a acaparar i la competència constant dins el mercat (Karl Polanyi, 2016). Tanmateix, això no és tot: tal i com argumentà Max Weber (1989, 2014), el capitalisme també requereix d'un subjecte marcat per la forta propensió a l'estalvi, d'un control gairebé ascètic sobre les seves despeses i sobre els seus actes, car l'acumulació de capital i l'ús òptim dels factors de producció només són possibles si hom posposa, o directament reprimeix, la propensió a la gratificació, a gaudir de les riqueses i béns adquirits. I aquesta lògica de control és encara més necessària per a l'Estat modern. Més enllà de l'acatament de la legislació que promulguen les seves institucions, l'Estat requereix la creació d'una nova subjectivitat caracteritzada per l'estandardització de conductes, l'autocontrol constant i l'obediència. I, amb aquesta finalitat, crea un conjunt d'institucions i de mecanismes de vigilància encarregades (Michel Foucault, 2005) de disciplinar els cossos (i, amb ells, també les ments) dels individus, assegurant-se que se sotmeten a una *normalitat* —a uns patrons de conducta, a uns paràmetres determinats, a un estàndards— que la interioritzen i la fan seva. Doncs bé, partint d'aquesta base teòrica, plantejem la hipòtesi que l'afany per posseir i acaparar s'ha d'emmarcar en una subjectivitat marcada per l'autocontrol, la repressió i l'acatament d'estàndards i criteris establerts i que, per tant, l'individu modern tendia a comprar (o vendre) més amb vistes a tenir un capital i transmetre un patrimoni que no pas amb vistes a gastar els diners que en pot obtenir o en fer ostentació de la riquesa. És l'estalvi i la disciplina al servei de la planificació a llarg termini, més que no pas la cobdícia, allò que caracteritza l'*homo oeconomicus* que emergeix amb la modernitat.

## Hipòtesis centrades en el capital i les empreses

### Hipòtesi 1: acumular només actius de gran valor i llogar o compartir la resta

Des de l'òptica del sistema capitalista i, per tant, de les dinàmiques que inversors i empreses han de seguir, però al mateix temps impulsar i procurar liderar, considerem, a tall d'hipòtesi, que hi ha diverses tendències estructurals que menen cap a una major presència del lloguer, el pagament per accés o fins i tot la compartició de recursos, en detriment de la propietat, que quedaria reduïda a un petit nombre d'actius, aquells més valuosos. Aquesta tendència vindria donada pels factors següents:

D'entrada, perquè l'acceleració dels ritmes de rotació de béns i serveis (David Harvey, 2012) i, per tant, la seva obsolescència cada cop més ràpida fan que en molts casos el cost de la propietat de la maquinària i els locals no compensi el curt període de vida útil del producte o activitat en qüestió i que, en conseqüència, resulti aconsellable recórrer al lloguer o a alguna opció de co-working, d'ús compartit d'oficines, locals o estris.

Aquesta tendència vindria reforçada per un segon factor: la possessió i acumulació de maquinari, instal·lacions, naus industrials i oficines és ara menys necessària que no pas abans degut al pas d'una economia centrada en la producció de béns físics a una altra en què, seguint també les tesis de Harvey, així com les de Manuel Castells (2003), el gruix dels guanys econòmics prové d'intangibles —bases de dades, programaris, serveis, indústries audiovisuals, productes financers, etc.— i on fins i tot els productes físics es venen apel·lant a sistemes de signes culturals; en especial, les marques, en tant que portadores de suposats valors i sensacions i, alhora, símbol d'estatus i prestigi (Naomi Klein, 2011). Per tant, resulta molt més funcional llogar, pagar per accés o compartir els recursos físics —especialment oficines, locals i xarxes informàtiques, a través del que es coneix com coworking— que no pas acumular-los.

Però el pas cap a una economia centrada en la informació, el coneixements i els signes també comporta una altra dinàmica, que incideix de ple en la propietat. Ens referim a la consolidació de les plataformes (Nick Srnicek, 2018) com el referent del model empresarial de l'economia digital. Aquest model empresarial possibilita la interacció entre diversos usuaris —individus, grups o empreses— sense haver de posseir ni actius físics ni mà d'obra. Els avenços tecnològics, combinats amb la liberalització dels serveis i la globalització neoliberal, permet a aquest tipus d'empresa obtenir guanys com a intermediari entre proveïdors i clients d'arreu del món, sense haver d'invertir temps i diners en instal·lacions, locals o altres propietats.

Tanmateix, formulem la hipòtesi que hi ha una excepció notable, un cas en què la propietat privada i exclusiva segueix plenament vigent, per no dir que la tendència a acumular-la s'accentua

ara més que mai: la propietat legal del software —big data, programes de tractament de dades, algorismes, etc.— i, en alguns casos, de la infraestructura i la maquinària que fa possible que la gestió intel·ligent de les dades i el tracte personalitzat al client. Aquesta és, avui, la font bàsica de guanys i, per tant, l'actiu més preuat i buscat per inversors de tota mena.

No és estrany, doncs, que un nombre creixent d'inversors estiguin permanentment a l'aguait per tal d'adquirir aquelles empreses, aquelles start-ups que, per les dades de què disposen, la seva capacitat per traçar-les, gestionar-les i fer-ne un ús intel·ligent, o per la seva capacitat d'haver detectat un nou nínxol de mercat, tenen un potencial de creixement més elevat. Aquest seria el motiu de fons pel qual les adquisicions i fusions empresarials han adquirit un renovat auge en el decurs de les darreres dècades. I, més en concret, també permetria entendre un tret relativament inèdit en termes històrics: la compra d'empreses que encara no tenen beneficis, i que fins i tot tenen pèrdues considerables.

## **Hipòtesi 2: dels vincles jeràrquics a la relació client-proveïdor com a nou paradigma**

I què passa amb la possessió de l'altra factor de producció, és a dir, amb la mà d'obra? La hipòtesi que aquí formulem contempla, d'una banda, la progressiva pèrdua dels equips estables de treball, entesos com un factor estable de la producció i la seva substitució per equips reduïts, formats per autònoms o per persones amb poca vinculació laboral i fàcilment reemplaçables. Per què? En primer lloc, perquè la innovació constant i l'acceleració de la producció, venda i obsolescència de béns i serveis fa necessari disposar de mà d'obra amb coneixements altament especialitzats. Tanmateix, l'accelerat ritme dels canvis tecnològics i organitzatius comporta que el bon professional de fa poc temps tal vegada ja no ho sigui ara perquè no s'ha reciclat prou bé. La conseqüència? Des del punt de vista empresarial, la millor opció és la "flexibilitat laboral", és a dir, la ràpida i barata substitució de mà d'obra tan bon punt hagi deixat de ser útil i la seva substitució per altra que respongui millor a la casuística del moment. O, encara millor, la substitució d'assalariats per autònoms en el sentit jurídic del terme, en tant en quant permet disposar de la tipologia de professionals que calgui en cada moment donat, sense cap mena de compromís de permanència.

Amb tot, aquest no és el factor més rellevant. Molt més important és el fet que la substitució del model vertical clàssic, propi de l'economia fordista, per plataformes que fan d'intermediàries entre persones o entitats que ofereixen béns i serveis i persones o entitats que en fan ús, provoca que aquestes empreses només necessitin un petit nucli de professionals altament qualificats per a mantenir i millorar la plataforma. La resta —és a dir, gairebé la totalitat de l'activitat econòmica que generen— és duta a terme per individus o grups que no hi mantenen cap vincle laboral. En

termes legals, són o bé autònoms, o bé simples ciutadans que lliure i sobiranament decideixen oferir, bescanviar o comprar determinats béns o serveis.

Desvincular-se contractualment del gruix de la mà d'obra no tan sols suposa un estalvi econòmic gens menyspreable, no només els permet respondre als canvis amb més agilitat i menys costos organitzatius i logístics, sinó que presenta, a més, un altre avantatge d'àmbit social: com que les grans plataformes (Nick Srnicek, 2018) ja no tenen assalariats sinó que, en termes jurídics i contractuals, però també, socials, es presenten com a mers intermediaris entre clients i proveïdors, aquests darrers, tant si són grans empreses o poderosos inversors com si són individus amb pocs recursos, són tractats, unànimement, com a autònoms, com a emprenedors en potència i, per tant, únics responsables dels seus eventuals èxits i fracassos. En no ser propietàries de gaires actius físics, sinó només de les dades i de les eines informàtiques i matemàtiques que fan possible recopilar-les, administrar-les, gestionar-les i modificar-les, s'estalvien haver de tenir cap mena de responsabilitat envers les persones que fan, gestionen o distribueixen els seus béns, dades i serveis. Per tant, externalitzen qualsevol problemàtica social —desigualtats d'ingressos i de poder, pobresa, precarietat, externalitats mediambientals, etc.— i, sobretot, se'n desenten de tot possible conflicte entre treball i capital, entre mà d'obra i propietaris. Més ben dit: la plataforma com a paradigma del nou model empresarial i d'acumulació de capital actua de manera tal que tendeix a eliminar les condicions de possibilitat de qualsevol possible conflicte entès en termes de contraposició entre treball i capital.

### **Hipòtesi 3: Compartir dades i coneixements per tal de ser més creatius**

Arribats a aquest punt, entra en escena un altre àmbit de la propietat, tal vegada menys visible però especialment important avui: la propietat intel·lectual o, pel contrari, la tendència a accedir, i compartir coneixement —*open access, free data* o similars—. Tradicionalment, la propietat intel·lectual ha estat no només una font bàsica per a les corporacions més innovadores, sinó també una manera d'aconseguir un avantatge comparatiu gens menyspreable. Aquests factors, avui, encara són vigents i, malgrat això, cada cop més són les empreses que decideixen compartir coneixements (i, lògicament fer ús del coneixement lliure disponible). Per què?

La primera hipòtesi que formulem a tall d'explicació d'aquest fenomen que, si més no a primera vista, sembla paradoxal, és que en un entorn en ràpida transformació i en què la generació i transmissió d'informació és una font bàsica de productivitat i riquesa<sup>32</sup>, és gairebé impossible

---

<sup>32</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió: Manuel Castells. *L'era de la informació*. Volum 1. Barcelona: UOC, 2003. Segons l'autor, la informació i el coneixement sempre han tingut un paper important en l'economia i la societat; allò distintiu

que una sola organització, per potent que sigui, pugui manegar adequadament l'ingent volum de dades i extreure'n el màxim profit. Per tant, resulta més convenient compartir-les, intercanviar-les i accedir-hi, amb l'esperança que l'ingent volum de dades, persones i entitats presents a la xarxa aportarà més informació i idees útils i, sobretot, més creativitat, més perspectives, i més diferents, cosa que es pot traduir en processos, productes o serveis innovadors i, per tant, en més valor afegit. Això no exclou, però, que hi hagi algunes dades sensibles —com ara els algorismes dels principals cercadors i plataformes— que segueixen sota l'emparedament de la més estricta propietat intel·lectual.

#### **Hipòtesi 4: compartir com a eina empresarial per crear “comunitat”**

L'altra explicació que incideix en favor de compartir dades i coneixements és que constitueixen un element cabdal per a la formació de “comunitats”, d'individus i grups que, lluny de considerar-se mers clients o usuaris d'una empresa, se senten participants d'un projecte (Lawrence Lessig) i que, com a tals, poden aportar informacions i idees molt valuoses. A banda, lògicament, de tenir uns nivells de fidelització superiors als esperables en una relació merament mercantil. Ara bé, amb els membres d'aquesta “comunitat” la comunicació no pot ser només unidireccional. Ha de fluir en ambdues direccions i s'ha de basar en la confiança, cosa que implica compartir-hi gratuïtament una part rellevant de la informació, una part significativa dels objectius, projectes, dades i formes de funcionament de l'empresa o entitat.

Aquesta fidelització del client a base no tan sols d'oferir-li un bon servei sinó també mitjançant un seguit d'estratègies que el facin sentir membre actiu d'un grup, d'una mena de “comunitat”, es veu reforçada per un dels trets més rellevants de les grans empreses tecnològiques i, més concretament, de la plataforma (Nick Srnicek, 2018) com a model empresarial dominant, a saber: com més nombrosos són els usuaris que empren els seus serveis, més ingressos obtenen i més incentius tenen clients i proveïdors en fer-ne ús. A tall d'exemple: com més gent i institucions emprin Google en comptes d'altres cercadors, més potent serà la seva base de dades i més i millor podrà desenvolupar els seus algorismes; per tant, tothom tindrà més incentius per a emprar—lo preferentment, cosa que, lògicament, es traduirà en més ingressos publicitaris, els quals faran possible esmerçar més recursos per a fer noves versions millorades dels seus algorismes... i així successivament, fins a arribar a posicions gairebé monopolístiques. És l'anomenada “tendència xarxa” (Nick Srnicek, 2018 : 46-48).

---

de la nostra època és l'ús intensiu d'ambdues per a generar nova informació, en un procés constant que, entre d'altres coses, es tradueix en un fort increment de la productivitat i en un catalitzador del canvi tecnològic, productiu i fins i tot social i cultural.

## Hipòtesis sobre individu i propietat.

### Hipòtesi I: de l'*homo oeconomicus* a emprenedor de si mateix

Posant ara el focus en l'individu i no en les empreses o en la lògica econòmica o institucional, intentar esbrinar el paper que la propietat —concepte que, recordem-ho, inclou tant objectes i tota mena de béns, terrenys inclosos, com els coneixements, habilitats i força de treball personals— juga en la configuració del subjecte requereix, prèviament, analitzar quin és el model dominant de construcció de la subjectivitat avui dia, tant a nivell teòric com, sobretot, a nivell pràctic: rutines i pautes de conducta, hàbits, instruments de control etc. I, semblantment, per a escatir si avui la propietat privada està o no cedint pas a altres fórmules, com ara el lloguer, el pagament per accés a plataformes, l'economia col·laborativa o algun sistema híbrid, cal, també, entendre quin és el model que avui guia els rols, el comportament i la imatge d'un mateix. Quin és, a grans trets, aquest model?

D'entrada, la resposta que sembla més òbvia és que el subjecte neoliberal és una versió ampliada, exacerbada, de l'*homo oeconomicus*. És algú que extrapola l'afany de possessió de béns i l'anàlisi instrumental de costos i guanys més enllà de l'esfera productiva, fins arribar a fer-ne el principi rector de la seva conducta vital. I no només de la seva conducta: atès que el neoliberalisme és una cosmovisió total (Gonçal Mayos, 2019; Pierre Dardot i Christian Laval, 2013) i una tècnica de control de la subjectivitat (Wendy Brown, 2016), (Dardot i Laval), caldria esperar que fins i tot els pensaments, les actituds i els valors estiguin condicionats per aquesta lògica. A nivell conscient, però també, i sobretot, a nivell pre o inconscient.

Aquesta perspectiva, defensada, entre d'altres, per Oli Mould (2019), té sens dubte l'aval empíric d'una part gens menyspreable de les accions quotidianes de l'individu actual. Ho corroboraria, entre d'altres fenòmens, l'ús creixent de les xarxes socials no tan sols per a adquirir i difondre una bona imatge de si mateix per tal de trobar o canviar de feina, sinó també per a comprar, vendre, llogar o bescanviar tota mena d'objectes, béns i serveis, des de guanyar uns diners venent aquells objectes que ja no emprem fins a elaborar i vendre plats cuinats els caps de setmana per tal d'obtenir uns ingressos addicionals, passant per l'intent d'aconseguir que una marca coneguda ens financi si arribem a ser *influencers* importants i en fem una bona difusió.

Tanmateix, i sense negar l'existència d'aquestes tendències, la hipòtesi que aquí presentem apunta vers una direcció ben diferent: estem assistint a un nou model —representat per la figura de l'emprenedor— que presenta diferències notables amb l'*homo oeconomicus* clàssic. Si la noció convencional d'aquest darrer és la d'algú que, abans de prendre una decisió, sospesa i calcula amb cura i metòdicament els possibles costos i els possibles guanys; és a dir, tria els mitjans, els instruments, però no es qüestiona les metes, aquí ens decantem per la tesi que en l'imaginari

social dominant avui dia, el model d'individu és l'emprenedor, entès com aquell que no es limita a escollir mitjans, sinó que també tria les seves metes i objectius (Piere Dardot i Christian Laval, 2013), cosa que suposa un plus de creativitat i una predisposició a assumir riscos que no quadren amb l'*homo oeconomicus*; si més no, en la manera en què ha estat entès tradicionalment.

Però això no és tot. Un segon tret diferencial de l'emprenedor, en tant que persona que es percep a si mateixa com un empresari autònom, és la seva determinació a no sotmetre's a cap control aliè. És ell, i només ell, qui s'autoimposa les normes, els ritmes de feina i els objectius. I, per dures que siguin les condicions laborals, no és —no es percep— explotat pels altres, sinó que és ell qui s'autoeixigeix i s'autoexplota (Byung-Chul Han, 2014). Fins i tot encara que, en termes jurídics, sigui un assalariat. Es percep a si mateix, doncs, no com algú que ven la seva força de treball o la seva formació i capacitació professionals, sinó com algú que en treu un rèdit, un capital, de la inversió feta en ell o ella.

Una tercera variable d'aquesta hipòtesi rau en afirmar que l'emprenedor és, també, algú que no dubta en col·laborar amb altres persones i col·lectius. Sovint, de manera purament instrumental, és a dir, com un mitjà per a obtenir més "capital social" que, tard o d'hora, es tradueixi en ingressos addicionals, millores professionals o qualsevol altre objectiu de caire pecuniari. Tanmateix, no sempre ni necessàriament seria així. Com argumenten Ulrich Beck (2006, 2016) o Gilles Lipovetsky (2000), els processos actuals d'individualització no són incompatibles amb l'adscripció a ideals de caire comunitari ni amb conductes de tipus altruista. Això sí: sempre i quan aquestes conductes socials parteixin de la predisposició del subjecte, de llurs desitjos, impulsos o valors, i no pas de pautes i rols imposats externament. Ésser emprenedor no és, necessàriament, sinònim d'egoisme; en tot cas, ho és d'un cert narcisisme (Lipovetsky), en tant en quant pressuposa que tot ha de partir d'ell/a, de la projecció a l'exterior del seu jo. Cosa que, pel tema que ens ocupa, equival a afirmar que tampoc és sinònim d'*homo oeconomicus*; si més no, de la seva versió clàssica. Bàsicament, perquè el requisit bàsic d'aquest darrer, per no dir la condició de possibilitat, és la recerca exclusiva dels seus propis interessos o, a tot estirar, els de la seva família; més encara: el seu rebuig a establir qualsevol lligam social que ultrapassi els estrets marges del seu interès pecuniari, del seu interès únicament instrumental. En canvi, l'emprenedor contempla establir tota mena de relacions socials i en tots els àmbits; fins i tot ho desitja. El que passa és que, lluny de veure el lleure, les amitats o les causes amb les que se senti identificat com a àmbits que no es regeixen per una lògica econòmica, hi aplica els valors i les tècniques pròpies del món de l'empresa. I, evidentment, no només no rebutja qualsevol possible benefici econòmic o professional que es pugui derivar de les seves relacions socials i del seu comportament fora de la feina, sinó que, en cas que arribi, ho considera una prova més del seu talent, de la seva emprenedoria (Lawrence Lessig, 2012).



Per últim, apostem per la idea que l'emprenedor és algú que no tan sols competeix i coopera segons calgui per tal d'assolir allò que vol; que no només busca innovar, crear i diferenciar-se, tot establint les seves metes en comptes d'assumir passivament les que li venen donades, sinó que, a més, ho fa —o, si més no, se suposa que ho ha de fer— amb passió, amb ganes. L'afany de lucre, l'interès o la por no són l'únic mòbil que l'empeny a comprar, vendre, llogar o compartir. Ben al contrari, duu a terme aquestes empès per la vocació, la passió, les ganes de fer. Una passió i unes ganes que vindrien, en darrer terme, del fet que emanen del seu interior, del seu jo profund, de la seva essència. Però, quin és aquest element de motivació? En què consisteix?

Per a entendre-ho, així com per a aprofundir més en els motius per a entrar en l'economia col·laborativa, necessitem més hipòtesis que recullin altres variables no estrictament econòmiques. D'entrada, una que té un paper cada cop més rellevant, i no tan sols a nivell econòmic, sinó també social i cultural: el consum.

## **Hipòtesi II: consumint sensacions, consumint visibilitat**

L'individu-emprenedor del neoliberalisme és, també, un consumidor. I això, en la societat actual, va molt més enllà d'adquirir o usar allò que li pot ser útil. De fet, ser un consumidor significa, sobretot, substituir el consum racional, basat en la satisfacció de determinades necessitats i en un càlcul racional, a consumir allò que desitja en cada moment de manera més impulsiva. Segons Zygmunt Bauman (2009), els anhels, desitjos, emocions i pulsions són el motor principal del consum, molt més eficient que no pas l'apel·lació a la necessitat o a l'interès —a *l'homo oeconomicus* convencional— perquè els primers són virtualment il·limitats, mentre que els darrers no poden créixer indefinidament.

Això implica, seguint Bauman, que l'individu actual ja no resta sotmès a allò que en termes freudians s'anomena el "principi de realitat", ja no ha de controlar metòdicament tots els seus impulsos i de desitjos a les normes socials imperants, sinó que ara passa a regir-se pel "principi de plaer", que segon Sigmund Freud (1993) és aquell que emana de l'inconscient i que, de manera totalment irreflexiva i impulsiva, cerca satisfer els seus impulsos. Tanmateix, el principi de plaer no obeeix cap directriu social, no acata cap principi moral; ans al contrari, és espontani i imprevisible. D'on es deriva que, si realment se'l deixés fluir de manera genuïnament lliure, qualsevol tipus d'ordre social seria inviable<sup>33</sup>. Segons Gilles Lipovetsky (2000) o el mateix Bauman

---

<sup>33</sup> Aquesta era, clarament, la tesi defensada per Freud, especialment al seu assaig *El malestar en la civilització* (Girona: Accent, 2008). En tot cas, afegia que la civilització occidental havia creat un plus de control i de repressió que creava un patiment addicional, tal vegada innecessari. Més endavant, i des d'un enfocament marxista i amb voluntat emancipatòria, Herbert Marcuse argumentà a *Eros i civilització: una investigació filosòfica sobre Freud* (Barcelona:

(2009), l'ordre social no desapareix ni trontolla, però ja no ho fa apel·lant a la lògica disciplinària abans analitzada, sinó a la lògica de la seducció, a través d'induir a fer quelcom amb la promesa del plaer, les sensacions i les emocions, més que no pas al càlcul racional. És a dir, convertint el consum no només en el motor econòmic clau, sinó en el vector principal de la socialització. I del poder, car l'estímul de determinats desitjos i apetències constitueix, ara, una eficaç via per a influir, per a aconseguir que una persona o un col·lectiu faci allò que un altre individu o institució vol, sense haver de recórrer a ordres ni a pressions de caire econòmic.

Tenint en compte aquests elements, podem tornar a la pregunta que servia de cloenda de la hipòtesi anterior, a saber: què fa que l'autoexplotació de l'emprenedor sigui viscuda, més enllà dels imperatius econòmics i de la lògica ultracompetitiva, com una passió, com una vivència emocionalment intensa que ve de dins? El que hem vist sobre el consum pot brindar-nos algunes pistes per a formular una hipòtesi que els imperatius econòmics i la lògica de la competència no poden explicar per si sols.

D'una banda, formulem la hipòtesi que el consum constitueix un ingredient clau del subjecte neoliberal i, més concretament, de la figura de l'emprenedor, en tant en quant li aporta una motiel desig de viure noves sensacions i noves experiències. La justificació d'aquesta hipòtesi vindria donada pel fet que el consum actual, basat en la seducció i en esperonar sensacions, desitjos i impulsos —en allò que Sigmund Freud (1993) anomenava “principi de plaer”— fa d'aquesta activitat quelcom atractiu, intens; quelcom que hom viu amb passió. I, atès que el consum és, avui encara més que en els temps de Jean Baudrillard (2009), una activitat immaterial, un consum incessant de signes codificats culturalment, el seu radi d'acció s'estén molt més enllà del que li era propi, abastant des dels vincles socials fins al lleure, i des de l'entorn més proper fins al més llunyà, gràcies a la virtualitat que les xarxes socials fan possible. Més encara: fins i tot l'entorn professional, convertit avui en un escenari marcat pel canvi i la creativitat constants, és percebut, sovint, com una font de noves sensacions i vivències<sup>34</sup>, com un àmbit més a *consumir*. De la mà de les promeses que ofereix la societat de consum, l'emprenedor es veu esperonat a actuar arreu i a tothora, a emprendre nous projectes, conèixer gent nova, visitar indrets on mai havia estat o a fer ús de les noves tecnologies. Sempre en moviment, sempre actiu. I, sobretot, sempre motivat, car cada nova situació és percebuda com un repte, com una oportunitat d'experimentar noves sensacions i vivències.

---

Edicions 62, 1968) que repressió del principi de plaer i capitalisme anaven estretament lligats, de manera que la desaparició del darrer podria comportar la dràstica reducció del primer. No entrarem a analitzar aquí aquesta qüestió, sinó que únicament deixarem constància que la tesi de Freud era molt més pessimista que no pas la interpretació posterior de Marcuse, Fromm i altres pensadors.

<sup>34</sup> Òbviament, això no és així per a la mà d'obra poc qualificada i fàcilment substituïble. Els entorns de treball estimulants són un privilegi adreçat al personal que, pels seus coneixements, habilitats i/o contactes, aporten un valor afegit a l'empresa.

L'altra banda de la hipòtesi que presentem és que el consum no tan sols ve motivat pel desig, sinó també per la necessitat de no perdre estatus i rellevància i que, en conseqüència, una part important dels mòbils que esperonen l'acció del subjecte neoliberal té a veure amb la necessitat de presentar-se, ell mateix, com algú digne de *ser consumit*, és a dir, de ser desitjat, valorat, volgut i destacat. La justificació teòrica d'aital hipòtesi vindria donada pel fet que, en un entorn en què en què esdevenir visible (Zygmunt Bauman, 2007) —és a dir, ser present a les xarxes socials, mantenir una bona xarxa de contactes personals i, al mateix temps, fer-ho de manera personalitzada, posant de relleu allò que diferencia l'individu de la resta—, és el requisit indispensable per a reeixir en qualsevol àmbit o, més senzillament, per a no restar-ne exclòs. D'on es deriva que consumir deixa de ser una opció personal per passar a ser un imperatiu, una necessitat. L'èxit de la marca personal passa, entre d'altres requisits, per mostrar al públic uns hàbits de consum constantment renovats. Amb l'afegit que no s'hi val a consumir qualsevol cosa en qualsevol entorn, sinó només allò que, en un context social determinant, posin de relleu la qualitat i l'originalitat de la nostra marca personal. Trets, tots ells, que generen una dosi considerable d'angoixa i d'estrès, no només *dins* l'àmbit laboral, sinó també *fora*.

Si ajuntem ara els dos pilars d'aquesta hipòtesi, tenim el següent: ja sigui mogut per la passió produïda pel principi de plaer o per la necessitat peremptòria de demostrar, mitjançant el consum, que hom és mereixedor de reconeixement i, a ser possible, que sobresurt en algun àmbit, el resultat és que el consum juga un paper clau en l'emprenedoria i, a través d'ella, en la construcció del subjecte neoliberal. Sense consum —de tot, a tothora i arreu— la marca personal no pot reeixir, no hi ha impacte ni visibilització suficients i, per tant, és com si l'emprenedor no existís; de fet, podem suprimir el “com” i afirmar que, a efectes socials, sense visibilitat *no* existeix. Però sense consum tampoc no hi ha accés al gruix del que culturalment hom considera plaent i excitant. El resultat és que el consum —entès en el sentit ample que acabem d'assenyalar— és indispensable per a entendre el plus de passió i intensitat que l'individu actual posa en el seu afany per a esdevenir més eficient, productiu i creatiu alhora, per a mantenir un nivell d'autoexigència sempre en augment.

Amb tot, a aquesta hipòtesi li manca una dimensió del consum que esdevé cada cop més important. Ens referim al fet que, avui, el consum només sedueix si connecta amb les necessitats i anhels dels subjecte (Gilles Lipovetsky (2000 i 2006). D'un subjecte narcisista que no en té prou amb assumir un paper passiu, amb rebre un conjunt d'inputs que li venen donats des de fora, per més atractius i plaents que siguin, sinó que vol ser-ne el protagonista. I això implica tenir un paper actiu en el disseny, elaboració i característiques d'allò que consumirà. Tant, que les fronteres entre producció i consum s'esborren. El consumidor és, alhora, productor; és un prosumidor, algú que, de la mà de les possibilitats que ofereixen les noves tecnologies, esdevé alhora receptor i emissor. De dades, de notícies, de vídeos, d'apps, i de cada dia més coses. I ho és, en bona part,

perquè aspira a fer del consum —i de l'emprenedoria en general— una ocasió per a plasmar la personalitat, l'originalitat i la creativitat personals. Per tant, la pressió per la competitivitat al ultrança i el consumisme necessiten un altre ingredient addicional per a fer de la figura de l'emprenedor quelcom realment desitjable per a l'individu actual. La dimensió estètica podria ser aquest ingredient.

### **Hipòtesi III: l'artista que (suposadament) tothom porta dins seu**

Tal i com exposen Ève Chiapello i Luc Boltansky (2002), una de les crítiques més accentuades a què ha hagut de fer front el capitalisme fordista y keynesià és la seva contradicció flagrant amb tot allò que tingui a veure amb la creativitat, l'originalitat i el gust estètic; en definitiva, a la dimensió artística present en l'ésser humà. Durant els darrers dos segles, i amb especial èmfasi a partir dels anys 60 del segle passat<sup>35</sup>, se l'ha acusat d'alienar, d'embrutir l'esperit humà. Tant en la vessant productiva —amb fàbriques, oficines i tota mena d'indrets de treball on la mà d'obra s'ha de limitar a executar de manera metòdica, rígida i constant un seguit de normes i pautes imposades per al direcció de l'empresa— com en el consum, on el paper de l'individu queda reduït a respondre a un seguit d'estímuls que, lluny de potenciar l'autonomia i individualitat, fan del consumidor poc més que un subjecte manipulable, on la promesa de gratificacions actua a mode d'esquer que anul·la tota espurna de voluntat genuïna. Fins al punt que el grau de control aliè seria tant o més notori, i tant o més eficaç, que el que es duia a terme amb els mètodes disciplinaris clàssics descrits, entre d'altres, per Michel Foucault (2005).

Però durant les darreres dècades, aquesta dicotomia ha canviat radicalment. Tant Boltansky com, sobretot, Chiapello (1998) postulen que el capitalisme més innovador ha estat capaç de readaptar les seves dinàmiques de funcionament i fer que aquestes crítiques, que en principi el qüestionaven radicalment, es converteixin ara en un element catalitzador i, alhora, legitimador de les noves formes de gestió i management. Tant, que som davant un "nou esperit capitalista".

Ara bé, la incorporació de la dimensió estètica al capitalisme és només una cara de la moneda. L'altra, no menys decisiva, és l'omnipresència de la lògica econòmica, el càlcul instrumental i la voluntat d'acumulació de guanys en la dimensió estètica actual. I no només en les empreses i els comerços, sinó també en museus, galeries, centres de disseny i de moda, estudis d'arquitectura, i un llarg etcètera (Gilles Lipovetsky, 2015). Fins aquí, el consens és clar. En canvi, l'abast i el significat real d'aquesta doble incursió —de l'estètica en l'àmbit econòmic i de l'economia en l'estètica—, no ho és. Segons Oli Mould (2019), estem assistint a una pura i total manipulació del

---

<sup>35</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió: Eric Hobsbawm. *Un tiempo de rupturas: sociedad y cultura en el siglo XX*. Barcelona: Crítica, 2013.

domini estètic i, en especial, de la noció de creativitat, per posar-la al servei del capitalisme neoliberal, fins a tal punt que esdevé poc més que una màscara, una excusa. En canvi, segons Gilles Lipovetsky (2015), el fet que l'estetització del món esdevingui una eina per a augmentar els beneficis no resta importància als canvis culturals i socials que comporta la seva proliferació, alguns d'ells de gran repercussió i abast. Quant a Boltansky i Chiapello, posen l'accent en el paper que la convergència entre estètica i gestió empresarial suposa a l'hora de configurar un nou "esperit" del capitalisme, on els valors artístics de creativitat, disrupció, espontaneïtat i singularitat esdevenen no només plenament compatibles amb la productivitat i la maximització de guanys, sinó que en són un poderós catalitzador.

Doncs bé, amb el rerefons d'aquest marc teòric, i sense pretendre entrar en la polèmica sobre si la creativitat té un ús merament instrumental en el capitalisme actual o bé constitueix un genú vector de canvi cultural, postulem la hipòtesi que sense la vessant més creativa, diferenciadora i espontània que des del romanticisme i l'avantguardisme hom associa amb la figura de l'artista, ni el "principi de plaer" inherent al consumisme modern, ni la pressió i ansietat per aconseguir crear i difondre una bona marca personal capaç de brindar bons contactes i reconeixement, ni la constant pressió per a esdevenir més competitiu haurien estat suficients per a assolir el plus de passió i involucració personal que necessita l'emprenedor. Un plus que ni el mer interès econòmic ni el mer plaer consumista poden proporcionar.

Analitzem aquesta hipòtesi amb una mica més de detall i, de pas, desglossem-la. D'una banda, la dimensió estètica coincideix amb el món del consum en apel·lar més al "principi de plaer" (Sigmund Freud, 1993) que al "principi de realitat". Allò impulsiu, espontani, irreflexiu és elevat a la categoria d'element autènticament definidor de l'essència de cadascú i erigit en model a seguir. Tanmateix, hi ha una diferència. Una diferència important: el consum —si més no, el consum en l'era fordista i keynesiana que analitzaren Jean Baudrillard (2009), Guy Debord (2002) i els membres de l'Escola de Frankfurt, entre d'altres— es basa en una lògica fonamentalment unidireccional: un o uns pocs emissors indueixen, conviden, sedueixen a consumir determinats béns i serveis tot apel·lant a aquesta dimensió impulsiva. Més ben dit, tot intentant reconduir-la allà on convingui. El consumidor pot acceptar o rebutjar aquest oferiment; pot, també, triar entre diverses opcions que sovint només es diferencien per la forma, però no en el fons. Pot fer això, però res més. No li és permès d'involucrar-s'hi, de prendre-hi part, i menys encara de crear quelcom. En contraposició, la figura de l'artista pressuposa i implica un paper actiu: és el subjecte qui, de manera lliure i espontània, decideix fer quelcom, implicar-s'hi, participar-hi. I, en fer-ho, expressa la seva individualitat, el seu jo interior, la seva essència. Això no exclou que participi, que col·labori o prengui part en tasques i accions col·lectives, però ho farà si, i només si, li és permès d'expressar la seva individualitat en comptes de tapar-la o neutralitzar-la.

Però la dimensió estètica no només es diferenciaria del consum clàssic en incorporar una dimensió dinàmica, proactiva, en tant que expressió de la inefable singularitat del subjecte, sinó que a més posa l'èmfasi en la creació; en quelcom que, bo i emprant el coneixement, la lògica i la raó,, les transcendeix, les combina amb la dimensió pulsional —desitjos, anhels, pors, etc.— per a brindar quelcom únic, inesperat, impossible de reduir a cap fórmula o teoria preestablerta. L'artista no és només aquell que reivindica la seva singularitat ni aquell que rebutja els convencionalismes burgesos; és, també, aquell capaç de *crear*, d'aportar alguna cosa radicalment nova, no previsible, impossible d'estandarditzar. Per tant, la segona part d'aquesta hipòtesi afirma que la dimensió estètica, estretament associada amb la figura de l'artista, aporta el plus de motivació per a l'esperit radicalment innovador i disruptiu que caracteritza la figura de l'emprenedor com a model de referència en la construcció de l'imaginari social sobre el subjecte actual. Plus de motivació que, a més, s'acompanya d'un plus de legitimitat que ultrapassa de llarg la lògica economicista.

#### **Hipòtesi IV: simultaniejant propietat, accés i compartició com a carta de presentació del jo**

Centrant-nos ara en el nexa entre la propietat i l'emprenedor impel·lit per la competència, seduït pel consum i esperonat per la dimensió estètica, apostem per una convergència entre les fórmules tradicionalment lligades amb la propietat i les noves modalitats d'accés per pagament, intercanvi o fins i tot compartició. Com seria possible una convergència que, a priori, sembla força difícil, per no dir impossible?

La clau vindria donada pel fet que, en l'imaginari social que s'està configurant en l'actualitat, el significat de totes aquestes maneres de relacionar-se amb els objectes, els serveis i fins i tot les persones està convergint vers la necessitat d'emprar-los com a signes d'estatus, personalitat i rellevància i, alhora, com a font potencial de noves sensacions i experiències. Allò que compta, allò que hom valora, no és la possessió o l'ús de les coses, sinó les sensacions i vivències a què donen lloc... i la imatge que transmeten del subjecte. Trets que necessàriament comporten una derivada, no menys important: la compulsió a desfer-nos-en tant bon punt deixen de complir amb una d'aquestes dues funcions. Amb un simple clic, podem comprar, llogar, vendre, accedir als serveis d'una plataforma o intercanviar serveis, dades i coneixements. La fórmula jurídica ja no importa tant, sinó que allò realment rellevant és la seva utilitat —una utilitat que pot variar en cada circumstància i en qüestió de moments— per a competir amb èxit, singularitzar-se, teixir una bona xarxa de contactes i amistats, adquirir notorietat o viure noves experiències.

En aquest context, cal presentar-se, alhora, com algú dotat d'uns trets singulars que el diferenciïn inequívocament de la resta, i com algú amatent a compartir vivències i experiències de tota mena. Traduït a l'àmbit de la propietat, això equival a afirmar que cal posseir, de forma privada, és a di, exclusiva, béns i trets que actuïn a mode de signes que li atorguin una identitat pròpia i única ben visible —un tatuatge original, un viatge a un indret poc freqüentat, uns mobles fets o encadellats a mida, etc.—, però també que cal compartir el màxim possible de dades, vivències i serveis perquè, més enllà de l'estalvi de costos que pugui representar, serveix per a crear i millorar els lligams socials, per a interactuar —virtualment i presencialment, segons calgui— amb les persones o grups amb qui hom vulgui relacionar-se. Altrament dit: compartir serveix, i en no poca mesura, per posicionar millor la marca personal en el mercat ultracompetitiu en què tothom viu immers.

I, naturalment, des de la propietat a la compartició, totes les possibles fórmules han de complir, avui, amb un requisit bàsic: la seva flexibilitat, la facilitat per renovar o substituir allò que ja no està de moda, allò que ja no serveix ni com a font de gratificació ni com a element de diferenciació. L'ús perdurable i la permanència, en canvi, són percebuts com un llast; per tant, queden reduïts a la mínima expressió.

Així doncs, formulem la hipòtesi que propietat, lloguer, accés, intercanvi o compartició esdevenen, avui, estratègies complementàries i intercanviables degut a que l'individu actual, impel·lit a esdevenir un emprenedor de si mateix i bolcat, amb il·lusió i passió, en experimentar noves sensacions que posin de relleu la seva personalitat i el seu potencial creatiu, ha de saber diferenciar-se i, alhora, compartir per tal d'adquirir notorietat. I ho ha de fer demostrant una vegada i una altra que està al dia, que està a l'última, tot mostrant la seva predisposició a desprendre's de tot allò que pugui semblar obsolet.

Pel que fa al propi cos i als coneixements, aptituds i trets personals, si l'*homo oeconomicus* clàssic els veia com quelcom del qual poder obtenir-ne un sou, l'emprenedor actual els percep i els valora com un capital. Un capital del qual obtenir-ne uns rèdits econòmics, per descomptat, però no només: també una font potencial de sensacions gratificants i un catalitzador del desplegament del seu potencial, del seu jo únic i singular. Conseqüentment, el posarà al mercat, el compartirà o iniciarà una relació d'intercanvi amb altres "capitals" aliens en funció del rèdit —diners, gratificació emocional, sensació de ser algú diferent, original i rellevant, etc.— que cerqui en cada moment i circumstància.

## Hipòtesi V: la propietat de béns de luxe com a signe d'estatus

Les hipòtesis presentades fins ara apuntes cap a una certa convergència de l'adquisició, el lloguer, l'accés, l'intercanvi i la compartició. De la mà de les transformacions econòmiques actuals i, molt en particular, de les noves formes de consum i del significatiu paper que la dimensió estètica juga en la legitimació d'aquestes darreres, la construcció social del significat i abast d'aquestes modalitats aniria experimentant una notable transformació i, de pas, una convergència: allò que importa són les sensacions, experiències i vivències genuïnament personals que aporten les coses, els serveis i les persones. L'accés —però també la capacitat per desprendre's de quelcom que ja no és plaent ni útil— seria allò realment important, seria el factor decisiu. I, en funció de la casuística concreta de cas, hom es decantaria per l'adquisició, el lloguer, el bescanvi o la compartició. Aquestes modalitats passarien a ser meres vies, mers instruments. D'aquí vindria la seva progressiva convergència, que contrastaria amb el fet que, històricament, han estat no tan sols estratègies divergents, sinó també elements portadors d'una cosmovisió, d'un rerefons ideològic i d'un model de relacions socials qualitativament diferent.

Tanmateix, l'auge del sector del luxe, la seva persistent expansió durant les darreres dècades que es tradueix, entre d'altres aspectes, en l'augment de la adquisicions de béns i serveis de gamma alta, així com de les firmes que les gestionen<sup>36</sup>, planteja una important i significativa excepció a aquest tendència. Certament, les altres modalitats no resten absents en aquest sentor, en especial, la de pagament per l'accés a serveis refinats i molt cars, però la possessió particular segueix desenvolupant un rol cabdal. Per què?

La hipòtesi que plantejem combina la noció que el consum, inclosa la possessió d'elements de luxe, funciona com un signe (Jean Baudrillard, 2009) que, en un context cultural i social determinat, ofereix informació valuosa sobre la personalitat, identitat, aficions, preferències i tarannà de la persona amb la teoria que el gust —concretat en determinades formes de consum cultural, però també en la possessió d'elements de luxe— funciona com un mecanisme de diferenciació social (Pierre Bourdieu, 2012), com un signe que una determinada persona pertany a un grup elevat d'estatus (i a l'inrevés: identifica qui no n'és mereixedor, és a dir, qui mostra signes que denoten que, malgrat les aparences, no pertany a un grup selecte, sinó que és un "parvenu", algú que intenta fer-se passar per allò que no és i que mai arribarà a ser perquè no té l'autèntic "bon gust", perquè els objectes que posseeix i els gustos culturals que mostra no són genuïnament bons i exclusius) per tal de postular que la possessió de determinats béns i serveis

---

<sup>36</sup> Sobre l'increment continuat del volum de facturació i beneficis del sector del luxe, així com de les fusions i adquisicions empresarials que tenen lloc en aquest àmbit, vegeu: Michael J. Silverstein i Neil Fiske. *La seducción del lujo. Por qué los consumidores quieren productos de nuevo lujo y cómo los crean las empresas*. Barcelona: Deusto, 2007. I, des d'un perspectiva més sociològica: Gilles Lipovetsky. *El lujo eterno: de la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona: Anagrama, 2004.



de luxe —és a dir, no tan sols cars, sinó “exclusius”, estèticament “refinats” i, en general, de difícil accés per al comú de la població—, serveix com una valuosa estratègia per a realçar i destacar la figura de l’emprenedor. Això seria així, en primer lloc, pel factor d’estatus i distinció social abans esmentat i que, en un entorn ultracompetitiu, faria de la possessió d’aquest tipus de béns un potent vector per a posicionar la marca personal en un lloc rellevant. Però també perquè actuaria a mode de signe, d’exponent de l’originalitat, de la singularitat; en definitiva, en un catalitzador de la diferenciació. Una diferenciació que, justament, és allò que, per damunt de tot, cerquen les marques (Naomi Klein, 2011).

### **Hipòtesi VI: la dissolució del vincle entre propietat i continuïtat en l’espai el temps**

Tradicionalment, la propietat ha estat sinònim de solidesa, de permanència, de continuïtat. Tenir un patrimoni ha estat, alhora, motiu d’orgull i objecte de desig per a milions de persones. La propietat —en especial, les terres i els béns immobles, però també objectes als què hom atorga valor i reconeixement, com ara joies o tota mena de mobiliari i elements decoratius a la llar— ha estat garantia de solvència econòmica, certament, però també de posició social, d’estatus i, fins i tot, de ser mereixedor de drets civils i polítics<sup>37</sup>. Quelcom que, un cop adquirit o heretat, calia mantenir, i a ser possible ampliar, al llarg de la vida. Més encara: quelcom que calia transmetre als fills; quelcom que passa de generació a generació, garantint així la solvència econòmica, el prestigi del llinatge familiar i el lligam de l’individu amb els avantpassats i amb els descendents.

Òbviament, el vincle real entre propietat i continuïtat temporal sempre ha estat ple de condicionants i, des d’un punt de vista teòric i històric, és força qüestionable. La naturalesa intrínsecament dinàmica del capitalisme, i el fet que, en aquest sistema, la propietat està totalment deslligada de l’ús, el llinatge o la tradició, de manera que qui no té recursos econòmics la pot perdre, mentre que qui en té en pot adquirir moltes, fins i tot en quantitats virtualment il·limitades, ha provocat reiterats canvis en l’estructura de la propietat. Moltes antigues nissagues de l’aristocràcia van haver de vendre una bona part (o fins i tot la totalitat) de les seves propietats a mesura que la seva posició econòmica empitjorava, passant així a mans de l’emergent burgesia urbana i industrial. Com bé explica Hannah Arendt a *La condició humana* (1998) el capitalisme ha estat, per paradoxal que sembli a primera vista, el sistema que ha més massivament ha expropiat propietats, deixant milions de persones sense allò que tenien, ja fos en comú o amb caràcter privatiu. Tanmateix, el fet que hom pogués perdre o guanyar propietats, així com l’estreta

---

<sup>37</sup> A tall d’exemple, convé tenir present que durant els segles XVIII i XIX el dret al vot a bona part dels països occidentals restava acotat a aquells homes que acreditessin disposar d’alguna propietat privada de cert valor. Hom considerava que només els propietaris tenien el grau de maduresa personal i d’autocontrol necessaris per a ser membres de ple dret de la societat i poder exercir els seus drets de sufragi actiu i passiu.

relació entre aquestes i el nivell de riquesa i de capital disponible, feia que adquirir-les i preservar-les fos especialment desitjat i anhelat per milions de persones.

Ben diferent és la situació en l'actualitat. Si bé és cert que l'interès per la propietat es manté vigent, i especialment actiu en àmbits com ara el sector del luxe<sup>38</sup> (vegeu la hipòtesi precedent), els béns immobles i les empreses, *start-ups* i negocis amb més potencial de creixement (fins i tot aquells que de moment no tinguin beneficis), no és menys cert que la rima entre propietat i permanència, entre possessió i continuïtat en el temps, s'ha trencat. La propietat ja no té valor en ella mateixa, ja no és sinònim de solvència, èxit, posició social i bon llinatge, sinó que només el té en tant en quant pugui aportar o bé gratificacions emocionals i simbòliques —vivències, experiències, reconeixement social, expressió de la personalitat pròpia, etc.— o bé un valor convertible ràpidament en altres béns o serveis o, millor, directament en diners. En absència d'aquests dos elements, la propietat esdevé, més aviat, una rèmora; quelcom del que cal desprendre's ràpidament. Adquirir propietats segueix sent important, cert, però avui encara ho és més saber i poder vendre-les, llogar-les, intercanviar-les, compartir-les a través d'alguna plataforma —com ara *airbnb* per a béns immobles o *Wallapop* per a tota mena d'objectes— i obtenir-ne així un rèdit, un capital. I fer-ho, a més, ràpidament; si cal, a l'instant, en qüestió d'uns pocs clics.

Segons la interpretació que en fa Oli Mould (2019), entre d'altres, aquesta predisposició a bescanviar i a obtenir un rèdit de tot allò que hom ja no utilitza o ja no vol constitueix un pas més en el procés de mercantilització del jo. Tanmateix, i sense negligir en absolut aquest factor, així com la incidència del consum centrat en les sensacions i les impressions, aquí formulem la següent hipòtesi: els canvis actuals que estan tenint lloc en l'àmbit de la propietat, i en especial la rapidesa amb què hom es desentén de tota mena de béns no es pot comprendre sense tenir en compte la radical modificació que està tenint lloc en la dimensió espacial i, sobretot, temporal. Uns canvis que, en essència, consisteixen en la discontinuïtat temporal, és a dir, en el fet que, en l'imaginari social actual, ja no hi ha un horitzó temporal, una direcció cap on s'encamina la trajectòria personal o col·lectiva, sinó que el temps esdevé una successió d'instantos sense ordre ni concert. Anem, però, a desenvolupar una mica més el significat i abast d'aquesta hipòtesi:

La possessió d'un objecte, un servei, un terreny o un immoble té sentit quan hi ha un lligam amb l'espai físic i un mínim perllongament en el temps. Però quan la compra, venda, lloguer o accés es converteix en una qüestió gairebé virtual, en una transacció que es fa des d'una pantalla des de qualsevol lloc i en qualsevol moment, el seu significat es transforma, muta. I això és justament el que succeeix quan l'espai es contrau i quan el temps s'accelera. O, per a ser més

---

<sup>38</sup> Vegeu, sobre la tendència a acumular un creixent i cada cop més divers ventall d'objectes de luxe: Gilles Lipovetsky. *El lujo eterno: de la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona: Anagrama, 2004.

precisos, quan el temps s'accelera a un ritme tan fort que deixa de tenir un nord, deixa d'apuntar a un destí, per a passar a ser quelcom discontinu, deslligat tant del passat com de qualsevol horitzó de futur. En aquest context, l'instant, el moment, l'oportunitat d'inversió o de gaudi, és el que compta.

I, en un context marcat per l'imperatiu de la flexibilitat, l'adaptabilitat i, sobretot, l'instant, l'aquí i l'ara, el *now*, la propietat física —terres, objectes, béns de diversa mena— perd valor. Bé, en realitat no seria exactament així, sinó que, a tall d'hipòtesi, afirmem que cal ser més precisos, allò que es devalua, allò que perd valor i que pot esdevenir, fins i tot, contraproduent, és la permanència de la propietat, és aferrar-s'hi, és voler fer d'ella quelcom perdurable, quelcom a acumular.

Això no ha d'implacar, però, que la propietat deixi de tenir sentit. En molts casos, segueix sent funcional: una adequada gestió que sàpiga combinar el moment adequat per a comprar i el millor moment per vendre pot traduir-se una valuosa font d'ingressos. I/o de gratificació emocional, d'acumulació de vivències. El que sí implica aquesta hipòtesi és que allò que ara és rellevant no és la possessió d'un bé, producte, dada, servei en el sentit jurídic del terme sinó la utilitat que pugui tenir aquí i ara. En cada moment, en cada circumstància.

### **Hipòtesi VII: noves comunitats i economia col·laborativa**

Les hipòtesis precedents perfilen una visió de l'individu actual on la competitivitat a ultrança a què hom es veu impel·lit explica una part del seus trets i del paper que hi juga la propietat, però ni molt menys tota: al triomf del "principi de plaer" —convenientment reconduït, això sí, per les pautes de consum dominants—, s'hi afegeix l'impuls i l'emoció que necessita per a fer de l'autoexigència quelcom atractiu. Al seu torn, la dimensió estètica, convenientment reformulada sota el capitalisme actual, incrementa substancialment l'atractiu del nou subjecte neoliberal i, sobretot, li afegeix el plus d'originalitat, creativitat, passió i expressió de l'espontaneïtat que l'esperona a esdevenir consumidor i productor actiu alhora, un prosumidor que veu en l'activitat econòmica i en el lleure una manifestació de la seva especificitat personal i, més concretament, de la seva emprenedoria, de la seva capacitat i predisposició per a canviar l'entorn que l'envolta i, sobretot, a si mateix. També s'ha apuntat que tots aquests elements apunten no pas a la fi de l'interès per la propietat privada, però sí a una modificació substancial del seu abast: de ser quelcom que hom vol preservar, acumular i transmetre a ser quelcom que hom ha d'estar —i suposadament ha de *voler* estar— disposat a canviar i, quan calgui, a desprendre-se'n ràpidament i sense recança; de ser sinònim de mercaderia a esdevenir, també, l'expressió dels genuïns desitjos, intencions i trets de l'individu. I, sobretot, de ser quelcom d'ús privat i, per tant,

antagònic amb qualsevol fórmula compartida de propietat a formar part d'un ventall d'opcions, d'entre les quals hom ha poder triar la que millor convingui en cada moment. Trets, tots ells, reforçats i amplificats per la nova concepció del temps, marcada per la pressió de l'instant i per la discontinuïtat, per l'absència d'un rumb o sentit, per la ruptura radical entre allò que hom posseeix i l'espai i el temps en el qual s'hi insereix.

I, dins d'aquest ventall, les fórmules col·laboratives ocupen una posició cada cop més prominent perquè la imatge de marca personal es pot veure reforçada si hom comparteix allò que duu a terme, fins i tot gratuïtament, sense esperar una contrapartida econòmica clara. Amb un afegit gens menyspreable: fer-ho així pot comportar un plus de gratificació emocional. Seria, doncs, des d'aquesta òptica que caldria entendre el perquè hi ha una tendència creixent a gestionar i elaborar coneixements, béns i serveis en comú, de manera intersubjectiva.

Ara bé, a banda dels factors esmentats, l'auge de la compartició, de l'anomenada economia col·laborativa, també pressuposa i implica una predisposició a mantenir i estendre lligams socials que ultrapassen l'interès per millorar la imatge de marca personal. I és justament en aquest punt on tenim un problema, car ni amb les hipòtesis prèvies ni amb el factor que acabem de formular no tenim prou elements per a entendre aquesta predisposició a establir relacions intersubjectives. I menys clar resulta encara entendre perquè sovint les persones que opten per aquesta modalitat tenen, al mateix temps, una marcada tendència a ser competitius i a adquirir béns i serveis.

Per tant, necessitem incorporar algun element que pugui explicar la vessant social intrínseca a l'economia col·laborativa però que, al mateix temps, no exclogui que, per estrany que pugui semblar a primera vista, aital predisposició es vegi complementada i acompanyada per la competitivitat i per un model de subjecte en què el jo s'erigeix en eix indiscutible.

En aquest sentit, la hipòtesi que formularem tot seguit parteix de la tesi que plantegen Ulrich Beck (2006 i 2016) i Gilles Lipovetsky (2000) quan apunten que el procés actual d'individualització no és merament sinònim d'individualisme atomista i egoista. Així, i contràriament a l'afirmació de Wendy Brown (2016) segons la qual el subjecte actual es caracteritza per una tendència intrínseca, manifesta i radical a desentendre's de tota mena de vincle social, aquí defensarem la tesi que la realitat seria molt més complexa: la voluntat d'establir lligams amb els altres, o fins i tot l'interès pels afers públics, no perden vigència. Amb el benentès, però, però, aquesta vessant social parteix no de cap norma, ideal o projecte col·lectiu, sinó d'una suposada emanació del jo interior, del jo veritable. I que, per tant, els vincles socials es mantindran si, i només si, comporten una gratificació emocional, un major nivell de benestar i autoestima personals.

Més encara: en aquesta recerca defensarem que, en ple segle XXI, la "comunitat" torna a l'escena. Tanmateix, no es tracta pas d'una revitalització de la comunitat teoritzada per Ferdinand

Tönnies (1984). Les agrupacions que avui reben aquest nom són de diversa mena, presenten trets clarament diferents i es regeixen per pautes ben diverses, cert, però totes elles comparteixen un element comú: el seu caire construït; el fet que llur existència i continuïtat depenguin de la voluntat dels seus membres; que llurs rols, normes i trets característics estiguin sotmesos a un eventual canvi; el fet que ni la família, ni el veïnatge ni la continuïtat espacial forneixen cap garantia d'èxit; el fet, en definitiva, que poden desaparèixer en qualsevol moment, motiu pel qual cal esmerçar esforços i cura en preservar-les. A cada moment, en cada context, davant cada situació. Cosa que passa per crear i mostrar constantment signes feaents que hom pertany i/o s'identifica amb un grup o comunitat i que té la voluntat de romandre-hi, de mantenir i renovar-hi els vincles. I, semblantment, si hom vol deslligar-se del grup a què pertanyia i afegir-se a un altre, cal fer-ho visible, cal aportar signes que siguin fàcilment reconeixibles.

Dins el ventall de possibles elements d'identificació i reconeixement, la present hipòtesi afirma que el fet de compartir béns i serveis, especialment si tenen un fort caràcter simbòlic, ocupa un lloc essencial. I com més es mostri i es pugui difondre, millor. Compartir vídeos de grups musicals, prestar-se suport i ajut emocional en moments de dificultat, intercanviar peces de roba d'un mateix estil o marca i penjar-ho a les xarxes o seguir en grup els consells i les pautes d'un mateix *influencer*, són, entre molts altres casos possibles, vies per a teixir vincles socials; uns vincles que semblaran —insistim: *només* semblaran— tant més sòlids com més gran i efectiva sigui la difusió que se'n faci, en especial a les xarxes socials.

### **Hipòtesi VIII: risc i renegociació de rols i propietat**

En l'articulació de la hipòtesi precedent s'ha fet esment a la precarietat inherent als processos actuals de construcció i presentació de qualsevol vincle social. Doncs bé, en aquesta hipòtesi plantejarem que aital precarietat es fa extensible, igualment, a la identitat personal. De fet, fragilitat de la identitat individual i de la identitat col·lectiva anirien en paral·lel, serien les dues cares d'una mateixa moneda.

Concretament, partim de la premissa que la incertesa, el risc i la necessitat constant d'acotar, pactar i redissenyar conductes, tendències i rols (Ulrich Beck : 2006 i 2016) són un tret essencial de la fase actual de la modernitat. Gairebé res d'allò que pensem o fem, des dels hàbits alimentaris fins a la forma de presentar un currículum, passant per l'orientació sexual o la distribució de tasques dins la llar, es pot donar per descomptat. Ans al contrari: s'ha de pactar i adaptar una vegada i una altra, sense cap horitzó de certesa. La mateixa biografia de cadascú deixa d'obeir a un model narratiu, a quelcom que segueix un fil conductor, per passar a ser quelcom en perpetu procés de canvi i adaptació. Contràriament al que hom preveia durant la fase "sòlida" de la

modernitat (Zygmunt Bauman : 2007), els canvis tecnològics, productius, socials i cultural no només no menen a un horitzó de major control i previsibilitat sinó que, de manera estructural i inherent, comporten un factor creixent de risc. Un risc davant el qual l'individu està sol (Bauman i Beck). A ell, i només a ell, li pertoca fer front als eventuais problemes i fracassos, malgrat que els riscos obeeixen a factors col·lectius i estructurals.

Partint d'aquest marc teòric, formulem la següent hipòtesi: atès que la vulnerabilitat i la fragilitat esdevenen un risc omnipresent i que, en aquest escenari, resulta especialment apressant exorcitzar la incertesa i la angoixa tot donant mostres fefaents —davant els altres i davant un mateix— que hom ha assolit un cert grau d'èxit o, si més no, que ha esquivat el fracàs, tenir, compartir o accedir a un bé o servei és, ara més que mai, un signe (Jean Baudrillard, 2009). Concretament, un signe ja no tan sols d'estatus — en la línia de les tesis de Pierre Bourdieu ja esmentades—, sinó també de la viabilitat de la biografia personal; del fet que, en cada moment i circumstància, hom és capaç d'adoptar els rols i els canvis adients en la seva identitat personal, en el seu jo en perpetu procés de renegociació.

Però, quin tipus de propietat? En un principi, no hi ha una única resposta. Tant l'adquisició d'un bé o servei, com el lloguer, l'accés o fins i tot la compartició poden complir aquesta funció. A condició que hom estigui disposat a desprendre's quan calgui de tot allò que hagi perdut valor positiu en tant que signe socialment admès i admirat; a condició, doncs, de renovar constantment tant allò que hom adquireix com allò a què hom accedeix o comparteix. I, molt especialment, a condició de mostrar-ho públicament, de manera presencial i molt més encara a través de les xarxes socials, buscant sempre el màxim ressò possible. Per tant, la present hipòtesi coincidiria amb les anteriors en presentar la compra, el lloguer, l'intercanvi o la compartició actuals no com a vies alternatives, sinó com un contínuum, on el significat tradicional de la possessió cedeix pas al de l'accés, i on compartir i posseir a títol privat són opcions complementàries que es poden retroalimentar. Això sí: sempre i quan aquestes opcions, aquests béns, serveis, relacions personals o atributs del jo puguin ser coneguts, publicitats i compartits a les xarxes socials.

# **PART I: GÈNESI I CONSOLIDACIÓ DE L'INDIVIDU, EL CAPITALISME I L'ESTAT**

## El concepte modern d'individu (I): plantejament del problema

Aparentment, parlar d'individus sembla una obvietat. Al capdavant, sigui quin sigui el context històric o l'entorn cultural, és evident que qualsevol agrupació humana –família, clan, estament poble, país, gremi, etc.— està composta, en darrer terme, per un conjunt d'ens dotats d'un cos, un cervell i uns trets que el diferencien. Tanmateix, no és en aquest sentit limitat que enfocarem el tema. I és que, tal i com tindrem ocasió d'analitzar en el decurs d'aquestes pàgines, diversos pensadors n'han fet una lectura que va molt més enllà. Una lectura que, amb diversos matisos i diferències, concep<sup>39</sup> l'individu com un ésser autònom, singular, que no només té unes necessitats i uns impulsos específics, sinó que, a més, és portador d'uns valors morals propis. Trets, tots ells, que li atorguen la categoria de fundador –juntament amb altres individus igualment autònoms— de la societat i, alhora, titular d'uns drets inalienables. Doncs bé: tots aquests trets queden ben lluny de ser quelcom obvi; de fet, apareixen en una època –segles XVII, XVIII i, en la versió romàntica, segle XIX— i en un context ben específics: Europa Occidental i les colònies nord–americanes que, a partir de 1776, constitueixen un nou país que proclama basar-se en aquests principis: els Estats Units. Més encara: el mateix mot “individu” apareix en poques ocasions abans d'aquesta època i, quan ho feia, no tenia pas el significat que acabem d'exposar, sinó en l'accepció de quelcom indivisible<sup>40</sup>:

Sens dubte, és possible trobar diversos antecedents de la noció d'individu tal i com l'acabem de perfilar. Així, i per esmentar només alguns exemples, a partir del Quattrocento, els retrats que pinten o esculpeixen alguns dels artistes més insignes presenten, a diferència dels seus predecessors medievals, uns trets, una mirada i una gesticulació que posen clarament de relleu les característiques pròpies i singulars de la persona retratada<sup>41</sup>. Uns artistes que, d'altra banda, es reivindiquen com a tals, com a genis dotats d'una capacitat creativa –i, per tant, d'uns drets per innovar i donar un caire personal i únic a la seva creació—, inèdita en termes històrics. Paral·lelament, l'èmfasi de diversos escriptors i pensadors humanistes en posar l'ésser humà al centre del cosmos, atorgar—li un paper i una dignitat úniques<sup>42</sup> i, alhora, en concebre'l com la

---

<sup>39</sup> Al llarg d'aquest treball tindrem ocasió de veure diverses accepcions d'allò que hom entén per individu. Tanmateix, en aquests moments seguirem la versió que n'ofereix Louis Dumont, atès que està especialment ben explicitada i argumentada. Vegeu el seu llibre *Ensayos sobre le individualismo: una perspectiva antropológica sobre la ideología moderna*. Madrid: Alianza, 1987, especialment les pàgines 36-37.

<sup>40</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió, les recerques etimològiques i històriques apuntades per Norbert Elias al seu llibre *La sociedad de los individuos*. Barcelona: Península, 2000.

<sup>41</sup> *The Renaissance portrait : from Donatello to Bellini* / edited by Keith Christiansen and Stefan Weppelmann ; essays by Patricia Rubin ... [et al.]. New York: Metropolitan Museum of Art, 2011.

<sup>42</sup> Esmentarem aquí el famós paràgraf de Giovanni Pico della Mirandola, en què Déu s'adreça a l'home tot dient-li: “No te he dado una forma, ni una función específica, a ti, Adán. Por tal motivo, tendrás la forma y función que deseas. La naturaleza de las demás criaturas la he dado de acuerdo a mi deseo. Pero tú no tendrás límites. Tú definirás tus propias limitaciones de acuerdo con tu libre albedrío. Te colocaré en el centro del universo, de manera que te sea más fácil dominar tus alrededores. No te he hecho mortal, ni inmortal; ni de la tierra, ni del cielo. De tal manera, que podrás transformarte a ti mismo en lo que deseas. Podrás descender a la forma más baja de existencia como si fueras



fonamentació i l'origen de les normes que ell mateix estipula<sup>43</sup>, esdevé un precedent ben clar en l'aparició de la noció moderna d'individu. Fins i tot, és possible remuntar—se més lluny, tot recollint el concepte cristià, desenvolupat sobretot per Sant Pau i Sant Agustí, de la igualtat radical de totes les persones davant Déu i de l'experiència religiosa directa, inefable, que té una vessant individual<sup>44</sup>.

Amb tot, hi ha una diferència substancial entre el concepte humanista d'ésser humà, que encara viu en un univers geocèntric i que, justament perquè n'és el centre, pot concebre's com un ésser únic, i les nocions d'individu que analitzarem en aquesta recerca i que, més enllà de les diferents perspectives, el solen presentar com un ésser autònom, sovint poc social (encara que no en tots els casos, com veurem), centrat en la recerca dels seus interessos, actiu a l'hora d'exigir drets i llibertats però, alhora, obsedit per dominar les seves inclinacions i desitjos, i que pretén compensar la pèrdua de centralitat cosmològica a base d'erigir-se en el centre gnoseològic i en ser, juntament amb la resta d'individus, el titular últim de la sobirania.

### **El concepte modern d'individu (II): l'*homo oeconomicus***

L'individu que emergeix de la Il·lustració és, com més endavant tindrem ocasió d'analitzar amb més profunditat, un ésser autònom, que pren consciència de la seva singularitat i que actua guiats, si més no en molt bona part, per interessos racionalment establerts<sup>45</sup>. Tanmateix, aquesta perspectiva, per si sola, no equival a postular que l'ésser humà és un *homo oeconomicus*; no aboca necessàriament a entendre l'individu com algú que fa de l'obtenció, preservació i increment dels guanys econòmics el motor no tan sols de la seva activitat productiva, sinó també l'eix vertebrador de les seves relacions socials i de les seves preferències vitals.

El ventall de motivacions humanes és ben extens. Per tant, bo i assumint que un dels trets definitoris de la modernitat és l'emergència d'un subjecte capaç de fixar les seves metes, escollir la seva adscripció ideològica, ètica o religiosa i decidir les accions a prendre sense haver de

---

una bestia o podrás, en cambio, renacer más allá del juicio de tu propia alma, entre los más altos espíritus, aquellos que son divinos." [paràgraf extret de: *De la dignidad del hombre*. Madrid: Editora Nacional, 1984]

<sup>43</sup> Vegeu: Alain Renaut. *La era del individuo: contribución a una historia de la subjetividad*. Barcelona: Destino, 1993, p. 62.

<sup>44</sup> Vegeu: Louis Dumont. *Op. Cit.*, especialment p. 60-63. Convé, nogensmenys, remarcar que el mateix autor posa molt d'èmfasi en separar aquesta visió d'individu, de caire extramundà, del posterior desenvolupament modern.

<sup>45</sup> Hi ha, però, excepcions molt notables. Tal i com es podrà comprovar en aquesta recerca, ni Hobbes, ni Rousseau ni, sobretot, Hume comparteixen aquesta visió. Segons ells, les passions —impulsos, desitjos, emocions, o els sentiments, en el cas de Rousseau— són el factor clau que impulsa a l'acció. Tanmateix, en tots ells predomina un afany per apropar-se de manera rigorosa, racional i científica a allò que l'ésser humà és en essència, i tots ells parteixen del pressupòsit de l'autonomia i la singularitat de cada individu.

supeditar-se a la família o a la comunitat, fer de les transaccions econòmiques guiades pel lucre l'eix del comportament suposa un canvi radical.

Certament, aquesta afirmació està ben lluny de concitar el consens entre els estudiosos del tema. Així, Antonio Escotado es proposa demostrar que hi ha un fil conductor entre el comerç i la propietat a la Grècia antiga i a la República romana i els inicis del capitalisme modern. Després d'un llarg i feixuc període històric marcat pel llegat de l'esclavisme primer, i de l'aposta evangèlica per la pobresa i el feudalisme després, a partir dels segles XV-XVI s'inicia un procés de represa i revalorització, ara sota un vernís cristià, de l'antiga aposta pel lucre i la propietat:

Entre la Atenas de Pericles y la Ámsterdam de Spinoza la estructura de negocios solo difiere en que el trabajo no resulta monopolizado por siervos hereditarios. Atenas era pagana mientras Europa es cristiana, y el proceso que hemos seguido desde la crisis de Roma hasta la sociedad comercial exhibe sucesivas versiones en la interpretación del Nuevo Testamento, tantas como preciso fuere para pasar de una pequeña secta hostil a la propiedad privada y la previsión hasta la clase media más amplia y previsora. (Antonio Escotado. *Los enemigos del comercio: historia de las ideas sobre la propiedad privada* (2008). Vol. 1 : 377).

Amb tot, nosaltres ens decantem clarament per la hipòtesi que l'aposta per l'acumulació de propietats i el comerç com a principis vectors de l'economia, però també de la societat i la política, constitueix un canvi qualitatiu, una novetat radical, un tall històric. Al proper apartat veurem els elements genuïns que aporta el capitalisme a partir dels segles XVI i XVII envers altres societats i altres èpoques precedents. Tanmateix, i per copsar-ne la magnitud, pot resultar molt útil començar analitzant el llibre de Karl Polanyi titulat, molt significativament, *La gran transformació: crítica del liberalismo económico*<sup>46</sup>. En aquesta obra, l'autor pretén demostrar com i perquè l'existència d'un ordre social basat en mercats autoregulats és impossible i que ha estat justament l'intent dur dur-ho a terme allò que ha causat uns problemes de tal magnitud que, en darrer terme, abocaren a l'emergència dels feixismes a la primera meitat del segle XX. Aquí no entrarem a analitzar aquestes qüestions, però sí paga la pena posar de relleu la gran quantitat d'arguments teòrics i d'estudis empírics de diferents cultures i èpoques precapitalistes que demostrarien que:

La transformación supone, en los miembros de la sociedad, una mutación radical de sus motivaciones: el móvil de la ganancia debe sustituir al de la subsistencia. Todas las transacciones se convierten en transacciones monetarias y estas exigen, a su vez, que se introduzca un medio de cambio en cada fase de articulación de la vida. (Karl Polanyi. *La gran transformación: crítica del liberalismo económico*, 2016 : 101).

---

<sup>46</sup> Publicat a Barcelona per l'editorial Virus l'any 2016. Fou publicat originàriament en anglès l'any 1944, sota el títol *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*.

De la mateixa manera, postular l'autonomia i l'autodeterminació individuals tampoc mena necessàriament a fer de la possessió d'objectes, utensilis i actius immobiliaris una de les motivacions bàsiques que guïïn la conducta. I menys encara a considerar la terra, d'una banda, i els coneixements i habilitats professionals de cadascú, de l'altra, com quelcom que hom pot comprar, vendre, llogar i obtenir-ne uns ingressos. De fet, en termes històrics tant la mà d'obra com la terra formaven un tot inseparable, un continu vital sotmès no als dissenys personals, sinó a la lògica social i als imperatius culturals, i que sota cap concepte es podien tractar com mercaderies que hom pot posseir i bescanviar.

Tradicionalmente, la mano de obra y la tierra no estaban separadas; la mano de obra era parte de la vida; la tierra continuaba siendo parte de la naturaleza; vida y naturaleza formaban un todo articulado. La tierra estaba así ligada a las organizaciones fundadas en la familia, el vecindario, el oficio, las creencias —compartidas por la tribu, el templo, la villa, los gremios y la Iglesia—. (Karl Polanyi, 2016 : 307).

La conversió no tan sols d'objectes i béns de consum, sinó també la terra i el treball com a mercaderies que s'han de poder comprar, vendre, llogar i bescanviar apareix en paral·lel a dues transformacions cabdals: la separació entre la producció i la llar, entre el lloc on hom conviu en família del lloc on desenvolupa la seva activitat productiva, i la separació entre els estris de treball i la seva propietat legal<sup>47</sup> —cosa que comporta i implica separar el treballador/a del producte del seu treball—. Al capdavall, en una societat marcada per la lògica de mercat i per la recerca de la maximització de guanys, els utensilis de treball pertanyen a qui tingui el capital necessari, no pas a l'artesà que sap fer-ne un bon ús, i ell llocs de producció i venda de béns i serveis tendeixen a separar-se del domicili, tot ubicant-se en indrets específicament concebuts per a tal finalitat i, per tant, dotats del tots els instruments per a maximitzar la productivitat i, per extensió, els guanys potencials.

Si fer de l'acumulació de diners mitjançant la possessió i intercanvi de béns i serveis el mòbil principal de l'individu i separar el treballador de les eines i del fruit del seu treball suposen una novetat en termes històrics<sup>48</sup>, encara ho és més articular les institucions, les dinàmiques de funcionament i els valors d'una societat sobre aquests eixos:

---

<sup>47</sup> Tant Karl Marx (*Manuscrits econòmic-filosòfics* (Barcelona: Edicions 62, 1991) com Max Weber (*Economía y sociedad: esbozo de una sociología comprensiva*. México DF: Fondo de Cultura Económica, 1984) enfatitzen la importància i l'abast de la separació entre el fruit del treball i la realització d'aquest, així com (especialment Weber) la separació entre el domicili i el lloc de treball.

<sup>48</sup> Tal i com exposa Hannah Arendt a *La condició humana* (1998), ni l'auge del comerç ni la proliferació dels latifundis a l'antiguitat clàssica, fenòmens certament notables a la Roma imperial, suposaren la conversió de la terra i del gruix de la mà d'obra en mercaderies, ni tampoc donaren lloc a un procés d'acumulació regit per criteris d'eficàcia i eficiència. L'acaparament de terres i riqueses no constituïa una finalitat en si mateixa sinó que era un mitjà, una eina al servei de l'oostentació social, del gaudi i del que Arendt identifica com l'element més preuat de l'antiga "vita

La verdadera crítica que se puede formular a la sociedad de mercado no es que se funde en lo económico —en cierto sentido, toda sociedad, cualquier sociedad, lo hace—, sino que su economía descansa en el interés personal. Una organización semejante de la vida económica es totalmente no-natural, en el sentido estrictamente empírico de que es excepcional. [...] Nada, por tanto, más anormal que un sistema económico constituido por mercados gobernados únicamente por los precios y una sociedad humana funda en ellos. (Karl Polanyi, 2016 : 407-408).

Tenint en compte tots aquets elements, i molt en particular l'exceptualitat que en termes històrics suposa fer de l'obtenció de diners derivats de l'acumulació o venda de propietats un mòbil principal de l'acció, l'objectiu fonamental de la primera part d'aquesta recerca és esbrinar com i perquè la nova visió de l'individu que emergeix a partir dels segles XVII-XVIII, combinada amb els factors més rellevants del marc econòmic i institucional de l'època, es fonamenta, si més no en bona part, en la possessió privada. I, al mateix temps, com i perquè aquesta concepció juga un paper clau en la legitimació de l'aleshores incipient capitalisme. Ara bé, ambdós objectius requereixen, prèviament, aclarir, ni que sigui breument, què s'entén per capitalisme i quins són els seus trets inherents.

---

activa", a saber: dedicar-se íntegrament al lleure, al coneixement o als afers polítics. Cap d'aquestes substancials diferències entre l'economia grecoromana i la del modern capitalisme queden recollits en l'obra esmentada d'Antonio Escotado (2008), malgrat la innegable exhaustivitat i l'ingent volum de dades que s'hi recullen.

## Capitalisme

Òbviament, fer una anàlisi històrica i conceptual acurada d'allò que entenem per "capitalisme" queda fora de l'abast d'aquesta recerca. Tanmateix, no és possible comprendre la naturalesa i abast del concepte modern de propietat i llur relació amb la gènesi de la noció d'individu que es perfila a partir dels segles XVII—XVIII sense tenir clars els trets bàsics i essencials del capitalisme modern. En el cas de la present recerca hi ha, a més, un motiu a afegir: atès que el plantejament epistemològic aquí emprat parteix de la base que entre economia i cultura, entre factors materials i idees, valors i símbols, hi ha una interacció dinàmica, un procés de construcció social de la realitat que es nodreix, alhora, d'ambdues vessants, caldrà identificar les vies a través de les quals la construcció d'un imaginari sobre la noció i l'abast de la propietat privada serveix per a legitimar i reforçar el capitalisme, tant en la seva gènesi i consolidació com en la fase actual. I això, lògicament requereix exposar, ni que sigui de manera esquemàtica, quins són aquests trets essencials.

Ara bé, el capitalisme ha estat, i segueix sent, un fenomen social i històric de gran complexitat, i hi ha múltiples estudis i enfocaments sobre llur naturalesa, abast, significat i evolució. D'entre les diverses opcions, en aquesta recerca hem optat per bastir un el model teòric donat que, en primer lloc, es nodreix de les recents aportacions de Nancy Fraser i Rahel Jaeggi, a *Capitalism: a conversation in critical theory* (2018)<sup>49</sup>, així com pel vast estudi històric sobre el capitalisme entès com un sistema—món que presenta Immanuel Wallerstein a *El moderno sistema mundial*<sup>50</sup> i, en tercer lloc, amb la visió complementària que Karl Polanyi ofereix sobre el significat i l'abast dels mercats (suposadament) autoregulats a *La Gran transformació: crítica del liberalismo económico*<sup>51</sup>.

Comencem per la definició de mínims, inicial, que formulen Nancy Fraser i Rahel Jaeggi (*Capitalism: a conversation in critical Theory*, 2018 : 15-20): el capitalisme és un sistema basat en la propietat privada dels mitjans de producció; en la institució d'un mercat de treball lliure i, per tant, en el sorgiment de dues classes socials —els propietaris i els assalariats—; i en l'acumulació incessant de capital, és a dir, en la recerca constant de beneficis per a reinvertir-los en comptes de gaudir d'aquests diners per a cobrir necessitats i desitjos o per a un consum sumptuari. Una

---

<sup>49</sup> Publicat a Cambridge per l'editorial Polity Press. Hi ha una versió en castellà: *Capitalismo: conversación desde la teoría crítica*. Madrid: Morata, 2019.

<sup>50</sup> La versió castellana està editada per Siglo XXI a Madrid, l'any 2010. El primer volum fou publicat originàriament en anglès l'any 1974 sota el títol *The Modern World-System, vol. I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century* (New York: Academic Press); el segon, titulat *The Modern World-System, vol. II: Mercantilism and the Consolidation of the European World-Economy, 1600-1750* (New York: Academic press), aparegué el 1980; el tercer l'any 1989, sota el títol *The Modern World-System, vol. III: The Second Great Expansion of the Capitalist World-Economy, 1730-1840's* (San Diego: Academic Press); i el quart l'any 2011, amb el títol *The Modern World-System, vol. IV: Centrist Liberalism Triumphant, 1789–1914* (Berkeley: University of California Press).

<sup>51</sup> Publicat a Barcelona per l'editorial Virus l'any 2016.

definició coincident amb la que ofereix Immanuel Wallerstein, per a qui l'essència del capitalisme rau en l'ús metòdic, racional i intensiu del treball, les eines i béns físics i el capital per tal d'acumular més capital<sup>52</sup>, és a dir, diner disponible per a invertir i guanyar, així, més diners, en un cercle —més ben dit, en una espiral— sense fi.

Aquests trets poden semblar obvis, naturals, inherents a moltes societats i molts contextos històrics: al capdavant, la propietat privada i els mercats són institucions alhora econòmiques i socials que, sota diverses fórmules i variants, han existit a gairebé tots els pobles que han experimentat la revolució neolítica. L'economia esclavista de l'imperi romà o la Xina de la dinastia Ming, per posar només dos exemples històrics, ja tenien sistemes que regulaven la propietat de productes, terres i béns, així com el seu intercanvi. Igualment, també el diner —en les seves diverses manifestacions i plasmacions— existia en aquestes (i altres) societats. I, amb ell, també hi havia banquers que prestaven a canvi de cobrar uns interessos.

No obstant això, tots aquests factors adquireixen unes dimensions i, sobretot, una lògica i unes dinàmiques qualitativament diferents, noves. I són justament aquestes dinàmiques noves allò que constitueix l'especificat del capitalisme. Examinem—ho a grans trets:

**A) Mercats:** al llarg de la història, els mercats han estat regulats socialment; més encara, han restat sotmesos a unes lògiques i uns imperatius que anaven més enllà de l'afany per maximitzar guanys i minimitzar pèrdues:

En términos generales, puede afirmarse que el sistema económico estaba integrado en el sistema social [...]. El principio de trueque o del intercambio, subyacente al modelo de mercado, no mostraba ninguna tendencia a crecer en detrimento del resto. Allí donde los mercados se desarrollaban con la máxima fuerza, como ocurrió en el sistema mercantil, prosperaron bajo la dirección de una administración centralizada que, correlativamente, favorecía la autarquía. (Karl Polanyi. *La gran transformación*, 2016 : 141).

En contraposició amb aquest conjunt de controls, pautes, costums i reglamentacions, els mercats capitalistes esdevenen ens autoregulats, on la lògica de la maximització dels guanys mitjançant el lliure joc de l'oferta i la demanda és omnipresent, ho domina tot. Fins al punt que són les societats les que han d'adaptar llurs institucions i pautes de funcionament a la lògica del mercat, i no a l'inrevés. Tanmateix, això no és tot: els mercats capitalistes no es limiten a l'intercanvi pecuniari de tota mena de mercaderies i matèries primeres, sinó que es fan extensibles a àmbits, com ara la terra, el diner i el treball, que històricament mai no havien

---

<sup>52</sup> Vegeu el monumental estudi d'Immanuel Wallerstein. *El moderno sistema mundial*. Madrid: Siglo XXI. Per al tema que ens ocupa, el primer volum és el més útil.

estat considerades com mercaderies que es poden comprar i vendre, fet que té profundes conseqüències:

Tradicionalmente, la mano de obra y la tierra o estaban separadas; la mano de obra era parte de la vida, la tierra continuaba siendo parte de la naturaleza; vida y naturaleza formaban un todo articulado. La tierra está así ligada a las organizaciones fundadas en la familia, el vecindario, el oficio, las creencias —compartidas por la tribu, el templo, la villa, los gremios y la Iglesia—. El Gran Mercado único es, por otra parte, un dispositivo de la vida económica que engloba a los mercados como factores de producción. Y, dado que estos factores son inseparables de los elementos que constituyen las instituciones humanas, el hombre y la naturaleza, resulta fácilmente visible que la economía de mercado implica una sociedad en que las instituciones se subordinan a las exigencias del mecanismo de mercado. (Karl Polanyi, 2016 : 307).

Un enfocament coincident amb el de Fraser i Jaeggi:

Whereas non—capitalist societies have marketized luxury goods and some ordinary goods, only capitalism has sought to marketize all the major direct inputs of production, including, but not only, human labour power. (Nancy Fraser i Rahel Jaeggi. *Capitalism: a conversation in critical theory*, 2018 : 24).

**B) Propietat privada dels mitjans de producció:** semblantment al que succeeix en el cas dels mercats, la propietat privada<sup>53</sup> no és exclusiva del capitalisme. Certament, durant el feudalisme ni propietat de la terra, ni la dels béns immobles estaven protegits davant el senyor feudal; de fet, el poder d'aquest darrer podia abastar, fins i tot, el dret a disposar del cos —treball físic obligatori o relacions sexuals— dels serfs. Amb tot, no és menys cert que el dret romà regulà la propietat amb cert detall a partir de Ciceró<sup>54</sup>. El que sí resulta específic d'aquest sistema és que el gruix, la quasi totalitat, dels mitjans de producció —fàbriques, tallers, botigues, però també la terra i el sòl urbanitzable— són de propietat privada. I, més concretament, propietat no de qui posseeix les eines o els coneixements, sinó del capitalista, d'aquell que disposa del capital necessari per a comprar, vendre o llogar propietats. En aquest sentit, la propietat privada juga un paper cabdal en el capitalisme, en tant en quant esdevé una mercaderia més, que es pot comprar i vendre, però que compta amb una particularitat:

---

<sup>53</sup> Amb tot, cal fer notat que, si més no en el cas europeu, abans de la consolidació del capitalisme bona part de les terres o bé formaven part d'algun tipus de propietat comunal, o bé pertanyien a l'Església o a l'aristocràcia, que establia amb els serfs i camperols en general una relació de dominació no monetària, sinó basada en l'apropiació de l'excident a canvi de garantir-los protecció. Vegeu: Jeremy Rifkin. *La sociedad del coste marginal cero: el Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*, especialment els dos primers capítols.

<sup>54</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió, el primer volum de *Los enemigos del comercio: historia de las ideas sobre la propiedad privada*, d'Antonio Escohotado (Madrid: Espasa: 2008).

constitueix la base, la condició fonamental de possibilitat, per a produir i vendre altres béns i, per tant, per a acumular riquesa i capital.

**C) L'acumulació de capital com a finalitat en si mateixa:** l'ús metòdic i constant de tots els factors de producció —treball, terra, eines i estris— per a generar beneficis és un dels trets distintius del capitalisme. Tota l'esfera productiva i econòmica és sotmesa a un procés imparabile de racionalització<sup>55</sup>, orientada a incrementar la productivitat i millorar la competitivitat per tal d'incrementar els guanys. Uns guanys que, un cop obtinguts, són reinvertits per tal de generar... més beneficis, en un procés en espiral que no té aturador.

En efecte, el capitalisme no podria funcionar sense una racionalització incessant de totes les activitats econòmiques i sense una reinversió metòdica i reiterada dels guanys obtinguts. Ambdós trets, i encara més especialment el darrer, són, però, insòlits en termes històrics. A diferència de l'afany per obtenir riqueses, la cobdícia i el consum sumptuari emprat com a element d'estatus i distinció social<sup>56</sup>, presents en moltes cultures i èpoques diverses, l'autocontrol, el càlcul incessant i metòdic i, sobretot, l'asceti necessari per a reinvertir les riqueses obtingudes en comptes de gaudir d'elles són no tan sols tasques molt àrdues, sinó també contraintuitives<sup>57</sup>. Al capdavant, la reinversió constant del gruix de les rendes i els guanys obtinguts no serveix ni per a maximitzar utilitats —acaparar béns i serveis que cobreixen necessitats i proporcionin gratificacions, plaer—, ni per reforçar l'estatus de l'individu davant la resta de la societat.

Si analitzem aquests trets essencials del capitalisme des d'una perspectiva global, resultarà evident que la lògica de mercat i l'espiral d'acumulació capitalista requereixen un dinamisme i una expansió sense límits. Desenvolupar noves eines i màquines a fi i efecte d'estalviar temps i recursos i, per tant, incrementar la productivitat i esdevenir més competitius, trobar noves, millors

---

<sup>55</sup> Sobre l'important paper que el capitalisme juga com a catalitzador, com a causa i conseqüència alhora, del procés imparabile de racionalització occidental a partir dels segles XVI-XVII, vegeu: Max Weber. *Economía y sociedad: esbozo de sociología comprensiva*. México DF: Fondo de Cultura Económica, 1984. I, sobre l'"afinitat electiva" entre el protestantisme i la gènesi de la mentalitat capitalista, caracteritzada per l'ascetisme en l'ús dels diners, vegeu: Max Weber. *L'ètica protestant i l'esperit del capitalisme*. Barcelona: Edicions 62, 1984.

<sup>56</sup> El consum del luxe ha estat, històricament, un mecanisme clau a l'hora d'identificar i diferenciar les elits econòmiques i socials de la resta de la població. Gastar enormes sumes de diners en béns i productes d'escassa utilitat no és, doncs, el producte d'un suposat caprici personal, sinó el resultat d'una lògica social per a reforçar l'exclusivitat d'estatus i mostrar a la resta de la societat llur poder i magnificència. En les societats aristocràtiques i cortesanes, allò que des d'una òptica capitalista s'entén com un malbaratament de recursos, era, ben al contrari, una eina perfectament útil per a refermar el poder dels sectors dominants. Vegeu, en aquest sentit: Thorstein Veblen. *Teoría de la clase ociosa*. Madrid: Alianza, 2004.

<sup>57</sup> De fet, el mateix sorgiment del diner i el procés de monetarització de l'activitat econòmica no són el resultat "natural" de l'increment dels intercanvis, sinó el fruit d'una voluntat institucional i política, estretament vinculada amb la necessitat de garantir el retorn de les deutes materials, però també amb la voluntat de fer possible l'acumulació de riqueses i l'augment del poder de l'Estat. La monetarització de l'activitat econòmica seria una manifestació més de la voluntat moderna de crear noves formes de control i vigilància. Vegeu, sobre aquesta qüestió: David Graeber. *En deuda: una historia alternativa de la economía*. Barcelona: Ariel, 2012.



(i més barates) matèries primeres i, sobretot, obrir nous mercats i/o ampliar-ne els existents, esdevenen requisits bàsics. Uns requisits que són, alhora, causa i efecte de les extraordinàries transformacions que experimenta l'economia —i la societat en el seu conjunt— a partir dels segles XVI-XVII. En efecte, és en aquest període quan la progressiva colonització del continent americà, el massiu tràfic d'esclau provinents de l'Àfrica per a treballar a les plantacions i mines del “nou” continent i l'augment de la massa monetària en circulació facilitada tant pel descobriment de noves mines de plata i or com per l'augment dels nous fluxos comercials configura un nou sistema econòmic i social que permet una acumulació inèdita de capital i que, alhora, abasta virtualment tot el món. Assistim, doncs, a la creació d'un nou “sistema mundial”<sup>58</sup>: el capitalisme.

Tanmateix, les traves institucionals limitaven força la consolidació i expansió del capitalisme. Fins a finals del segle XVIII, la permanència d'estructures socials hereves de la societat aristocràtica i estamental, el fet que bona part de la terra encara estigués en mans de l'Església o l'aristocràcia, així com el mercantilisme —el paper actiu dels Estats per controlar la producció i venda de determinades matèries primeres i per augmentar les exportacions al temps que procuraven minimitza les importacions, sempre amb l'objectiu d'acumular més reserves d'or i plata—, limitaven els processos d'acumulació de capital. Va caldre, doncs, esperar al triomf de les revolucions burgeses i a l'auge de les polítiques econòmiques inspirades en el liberalisme d'Adam Smith, per a que el capitalisme es consolidés i es dugués a terme allò que Karl Polanyi anomenà “la gran transformació”<sup>59</sup>.

Una transformació que tampoc no es pot entendre al marge d'un altre factor: la revolució industrial. Tal i com acabem d'esmentar, el capitalisme és un sistema intrínsecament dinàmic que afavoreix la innovació tecnològica i que, al seu torn, es veu afavorida per ella. A partir dels segles XVIII i XIX, els avenços científics i tecnològics i, més concretament, la revolució industrial<sup>60</sup>, juntament amb la consolidació de les institucions polítiques i econòmiques bolcades en afavorir les polítiques de liberalització de mercats, faran possible una expansió encara més accelerada de la lògica capitalista a gairebé tots els àmbits de la vida humana i a tots els indrets, en tant en quant facilitarà un increment inèdit de les comunicacions —físiques i virtuals— la producció i les maneres de comercialitzar-la, intercanviar-la o acumular-la.

---

<sup>58</sup> Tot seguint l'obra esmentada per Wallerstein, entenem per “sistema mundial” un conjunt de pobles que, malgrat tenir diverses llengües i cultures, i fins i tot viure en països diferents, es regeixen per una economia i unes estructures socials que funcionen com un tot interdependent, com un conjunt interconnectat de fluxos de mercaderies, diners, idees i persones.

<sup>59</sup> Mentre que autors com Wallerstein situen l'origen i expansió del capitalisme als segles XVI-XVII, altres, com Polanyi, el situen a finals de segle XVIII i, sobretot, al segle XIX. Aquí no entrarem en aquesta polèmica, l'abast i la casuística de la qual escapen al nostre objecte d'estudi. En qualsevol cas, però, sí cal esmentar que el període comprès entre finals del segle XVIII i finals del XIX fou una etapa clau en la consolidació i la difusió del capitalisme, tal i com reconeix el mateix Wallerstein.

<sup>60</sup> Una anàlisi detallada de les interaccions recíproques entre revolució industrial i capitalisme en un període clau com fou la segona meitat del segle XIX el tenim a: Eric Hobsbawm. *La era del capital: 1848-1875*. Barcelona: Crítica, 2003.

Als dos darrers paràgrafs hem fet esment de la incidència dels factors institucionals. Aquesta és, per cert, una variable essencial, però que sovint roman poc analitzada. El sorgiment i la consolidació del capitalisme no hauria estat possible sense el paper impulsor, regulador i normatiu de les institucions polítiques, però tampoc no es pot entendre al marge de la cultura i de les divisions per raó d'ètnia i, sobretot, de gènere: sense el paper de la dona, reclosa a la cura dels fills i de les llars, encarregada de les tasques domèstiques que queden fora de l'àmbit de les transaccions pecuniàries i, per tant, fora de l'àmbit de l'economia, els processos d'acumulació del capital no haurien estat possibles. Tanmateix, estudiar aquests factors que sovint s'ometen és, també, important perquè són un indicador d'un dels trets més importants, però menys analitzats, del capitalisme: la separació —inèdita en termes històrics i totalment construïda; val a dir, en absolut òbvia o *natural*— entre l'activitat econòmica i la societat de la qual en forma part:

Capitalism is definitely not just an economic system [...]. It becomes clear, in the course of our discussion, that these are not features of a capitalist economy but features of a capitalist society. The peculiarity of capitalist society is that treats its central defining and structuring social relations as if they were “economic” and pertained to a separate subsystem of society: “economy”. But that’s just a appearance. We very quickly found it necessary to talk about the “non economic” background conditions that enabled such a system to exist. (Nancy Fraser i Rahel Jaeggi. *Capitalism: a conversation in critical theory*, 2018 : 48).

Pel tema que ens ocupa, la creença que les activitats relacionades amb la producció i intercanvi de béns i serveis són totalment autònomes de l'entorn social i cultural esdevé particularment important perquè va íntimament associada a un dels seus postulats més importants, a vegades formulat explícitament, però sovint acceptat tàcitament com una veritat òbvia i inqüestionable: la creença que el comportament econòmic de l'ésser humà és, de manera universal i inherent, de caire estrictament racional i calculador; que som, per naturalesa, *homo oeconomicus*, individus que calculem meticulosament els pros i contres, els costos i beneficis potencials de cada possible opció que se'ns presenti; que l'imperatiu d'obtenir la major quantitat possible de diners, béns i possessions és un tret present en tots i cadascun de nosaltres. I que, per tant, en l'esfera econòmica ni els valors ètics ni els referents culturals ni els rols i les pautes socials hi juguen cap paper rellevant.

Aquestes reflexions prèvies porten directament a col·lació un dels eixos clau del tema que ens ocupa: la interacció, les influències recíproques que s'estableixen entre el context econòmic i institucional d'una banda, i la construcció de la subjectivitat de l'altra. Com i a través de quins mitjans s'estableix aquesta influència recíproca entre capitalisme i construcció del subjecte entès com un *homo oeconomicus* és quelcom que intentarem dilucidar en el decurs de la present recerca. Tanmateix, en aquest apartat paga la pena fer palès que, per molt febles que siguin les

bases antropològiques subjacents a aquesta concepció de l'ésser humà<sup>61</sup>, per molt discutible que sigui afirmar que llur gènesi sigui quelcom *natural* i omnipresent arreu, i per molt encertat i necessari que sigui plasmar que els seus trets són el producte d'unes circumstàncies històriques, socioeconòmiques i institucionals determinades, no és menys cert que aquest model, on cop establert i consolidat, és viscut com a *real*, com a versemblant i fins i tot com a *obvi* per molts individus.

I tampoc no és sobrer exposar aquí un primer tret: l'ambivalència de la noció d'individu més adient per a la gènesi i consolidació del capitalisme: i és que si d'una banda el caràcter dinàmic del capitalisme, enfocat al creixement econòmic constant a base de renovar i optimitzar tots els factors de producció, requereix un tipus de personalitat caracteritzada per l'aposta pel risc, la innovació, la competitivitat constant, la resolució i rapidesa a l'hora de prendre decisió i, per descomptat, l'afany de lucre, no és menys cert que l'acumulació de capital precisa d'un tipus d'individu; més encara, d'una modalitat molt peculiar d'afany de lucre: i és com recorda Max Weber<sup>62</sup>, la fal·lera per a enriquir-se no és en absolut exclusiva del capitalisme; allò que el caracteritza, allò que el singularitza, és, ben al contrari, la predisposició a posposar el gaudi de les riqueses obtingudes en ares d'un major retorn futur de la inversió; és la tendència a sotmetre cada decisió de caire econòmic a una racionalització constant, metòdica; és l'autocontrol implacable sobre si mateix. Així doncs, el capitalisme clàssic funciona millor si hi ha una barreja entre dinamisme, autonomia, innovació i ambició, d'una banda; i autocontrol, planificació i contenció —fins i tot repressió— d'impulsos, de l'altra. Tanmateix, per a entendre millor el significat i l'abast d'aquesta ambivalència de tendències en què es mou l'individu modern i, sobretot, aquesta anòmala —en termes històrics i culturals— propensió a reinvertir sistemàticament els guanys i a optimitzar al màxim el rendiment d'allò que hom posseeix en comptes de gaudir-lo i/o convertir-lo en un factor d'ostentació, caldrà prestar atenció al context institucional. Més concretament, a l'emergència de l'Estat-nació i de la racionalitat orientada a mitjans com a modalitat preferent d'acció social.

---

<sup>61</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió, les abundants reflexions teòriques i les referències històriques que aporta Karl Polanyi a l'obra, ja citada reiteradament en aquest capítol, *La Gran transformació: crítica del liberalisme econòmic*. Madrid: Virus, 2016. Igualment interessants i prolífiques són les argumentacions que aporten Christian Laval i Pierre Dardot a *La nueva razón del mundo: ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa 2013, així com els primers capítols del llibre de Jeremy Rifkin *La Sociedad de coste marginal cero : el Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*. Barcelona: Paidós, 2014.

<sup>62</sup> Vegeu el seu clàssic: *L'ètica protestant i l'esperit del capitalisme*. Barcelona: Edicions 62, 1984.

## El marc jurídic i institucional: l'Estat modern

L'any 1648 diverses potències europees signen la Pau de Westfàlia, donant lloc així a uns dels trets definitoris de la Modernitat: l'hegemonia de l'Estat com a forma d'organització política<sup>63</sup>. En efecte, aquest acord, que posa fi a les guerres de religió que havien dessagnat Europa durant dècades, estableix que d'ara endavant cada Estat és plenament sobirà dins les seves fronteres i és, alhora, l'únic interlocutor vàlid a efectes internacionals. La pluralitat de poders inherent a l'ordre feudal o la concepció merament dinàstica i patrimonial dels regnes, ducats i altres formes d'organització territorial cedeixen pas, doncs, a la configuració de l'Estat com un ens permanent, dotat d'unes eines de poder i d'uns recursos —territori estable, ingressos fiscals perdurables, burocràcia, etc.— que li atorguen una continuïtat i una lògica que, progressivament, ultrapassa els canviants dissenys dels monarques o governants<sup>64</sup>. I és que, si bé és cert que en un primer moment aquesta potent maquinària es posa al servei del poder personal del sobirà, enfrontat als senyors feudals —la famosa expressió “L'État, c'est moi”, del rei francès Lluís XIV, en serà l'exemple paradigmàtic—, a mesura que avança el temps succeeix més aviat el contrari. En especial, a partir de les revolucions liberals i democràtiques<sup>65</sup>, són les institucions —i la cada cop més nombrosa i especialitzada burocràcia que les fa funcionar— les que garanteixen el poder i la continuïtat de l'Estat.

Als efectes d'aquesta recerca, el que interessa remarcar de l'Estat és, d'entrada, que ostenta el “monopoli legítim de la violència”<sup>66</sup>, és a dir, que és l'únic amb plena potestat legal per a fer-ne ús. Tanmateix, la coerció, per ella mateixa, és, a mitjà i llarg termini, ben poc eficaç; requereix, cercar alguna manera de fer que la població no tan sols l'acati, sinó que l'accepti, la vegi com quelcom pertinent, just, natural, lògic, inevitable; és a dir, necessita ser percebuda com a legítima. I la font d'aquesta legitimació, en l'Estat modern, ja no seria la tradició, ni un suposat ordre transcendent, ni tampoc el carisma del governant, sinó que és de caire legal-racional<sup>67</sup>. És a dir, es fonamenta en un corpus legal que, al seu torn, obeeix a uns principis ètics i polítics racionals. En aquest sentit, l'existència d'un demos —d'un conjunt d'individus, dipositaris últims de la sobirania en virtut del seu caire racional, autònom i dotat de manera inherent de certs drets— que tria els seus governants i acorda les lleis bàsiques de l'Estat, esdevé la font per excel·lència de la

---

<sup>63</sup> Sobre l'impacte geopolític del Tractat de Westfàlia, vegeu: Henry Kissinger. *Orden mundial: reflexiones sobre el caràcter de las naciones y el orden mundial*. Barcelona: Debate, 2016.

<sup>64</sup> Per descomptat, l'evolució històrica fou molt més complexa i rica en matisos. Ens limitem, aquí a fer un esbós de la tendència general, passant per alt la gran varietat de casuístiques.

<sup>65</sup> Sobre la relació, no exempta de tensions i antagonismes, entre capitalisme i democràcia en l'era moderna, vegeu: Josep Fontana. *Capitalisme i democràcia: 1725-1848: com va començar aquest engany*. Barcelona: Edicions 62, 2019.

<sup>66</sup> Ens basem en la clàssica definició weberiana, que diu així: “El Estado es aquella comunidad humana que ejerce (con éxito) el monopolio de la violencia física legítima dentro de un determinado territorio”. Max Weber. *Economía y sociedad*. México D.F: FCE, 2014, p. 14.

<sup>67</sup> Max Weber. *Op.cit.* p. 14-17.

legitimitat, especialment si aquest demos comparteix, a més, uns trets —llengua, costums, origen— que li atorguen caràcter de nació.

El triomf de la legitimitat legal-racional pròpia de l'Estat modern i del seu complex entrellat institucional i burocràtic apareix estretament lligat amb el “desencantament del món”, amb la creença, ja sigui explícita o assumida de manera tàcita, que el món que ens envolta i la realitat humana no obeeixen a cap tipus de força sobrenatural, a cap disseny diví ni a cap element màgic, transcendent o místic, sinó que, ben al contrari, funciona com un mecanisme cec, fruit d'unes lleis inexorables, mancades de tot propòsit o sentit; un engranatge immens i anònim on ni allò sobrenatural ni la voluntat individual hi tenen cabuda.

Desencantament del món i triomf de la legitimitat legal-racional són, alhora, producte i conseqüència del triomf hegemònic de l'acció social orientada a mitjans. Però per a entendre, ni que sigui breument, el significat i abast d'aquest concepte, cal partir de la base que l'enfocament de Weber, centrat en el que anomenà “sociologia comprensiva”, consisteix en intentar esbrinar els motius pels quals el subjecte fa o deixa de fer alguna cosa. En aquest sentit, l'acció social —és a dir, aquell tipus d'acció i/o de conducta que es fa amb vistes a incidir sobre algú, que té en compte el context i, en funció d'això, les conseqüències previsibles dels seus actes— pot obeir, a grans trets a quatre modalitats principals, a quatre “tipus ideals”:

- D'entrada, tenim l'acció tradicional, que és aquella que ve dictada pels hàbits, consueïts o per la presumpta fidelitat a uns textos i manaments sagrats
- Una altra modalitat és l'acció afectiva, entesa com aquella que ve dictada per un impuls, emoció o sentiment; en definitiva, per un estat anímic
- L'acció també pot ser racional d'acord a un valor, consistent en emprar la raó amb vistes a mantenir-se fidel a un principi, a una determinada concepció del món
- Per últim, tenim l'acció racional orientada a mitjans, en què hom calcula, en funció de la situació i de les expectatives raonables d'èxit o fracàs, quin és el millor mitjà per a assolir un objectiu donat

Doncs bé, de la mà de l'avenç de la burocratització i del desencantament del món, l'acció racional orientada a mitjans esdevé hegemònica. Amb un matís important, però: els objectius, un cop assolits, passen a convertir-se en nous mitjans, en un cercle —més ben dit, en una espiral— sense aturador i sense final. Al capdavall, en un univers sense propòsit ni sentit, qualsevol aspecte, i fins i tot qualsevol fita, qualsevol valor, pot acabar, més d'hora que tard, convertit en un mitjà, en un instrument per a aconseguir quelcom.

Des d'aquesta òptica, la conducta de l'*homo oeconomicus* cobra un nou sentit. Lluny de ser una tendència inherent a algunes persones o una opció que alguns decideixen d'adoptar lliurement, esdevé el resultat d'una tendència de fons, d'un profund procés de racionalització que, al seu torn, és inseparable d'un context cultural en què ja no hi ha valors ni principis suprems que orientin l'acció. I inseparable, també, d'un context social i institucional marcat per la preeminència de la burocratització creixent, del fet que experts, especialistes i funcionaris de diversa índole i condició passen a administrar i regular una part creixent de l'activitat i la vida quotidianes.

I, semblantment, el capitalisme també pot passar a ser analitzat sota un altre prisma; a saber, com un procés de racionalització implacable de l'activitat productiva. Sota aquest sistema, l'imperatiu de maximitzar els guanys en un entorn competitiu on els altres agents tenen el mateix objectiu porta a fer un ús al més eficaç i eficient possible de tots els factors de producció. Obtenció de matèries primeres, procés productiu, divisió del treball, logística, gestió del personal, distribució, màrqueting i venda... son sotmesos a un escrutini constant, a un control i una planificació acurada, metòdica, incessant. Però tan important com aquests processos de racionalització és el fet que el fruit de tot aquest esforç —els guanys que n'obté el capitalista, la plusvàlua— no són gastats alegrement, ni es gasten en multitud d'elements per a posar de relleu la riquesa, el poder i l'estatus del propietari, sinó que, si més no en bona part, són reinvertits meticulosament.

Aquest darrer punt és important, ja que la cobdícia no és, segons Weber, un atribut específic de l'*ethos* capitalista, sinó un tret que apareix en diferents contextos històrics i culturals. Per contra, allò que sí és específic del capitalisme és aquesta mena "d'ascetisme mundà", de privació voluntària del luxe, el plaer, l'ostentació i el gaudi de les riqueses obtingudes, en ares de la inversió i l'optimització constants. Traslladat al tema que ens ocupa, la tesi weberiana apunta a que la possessió no és específicament capitalista, sinó que el lligam entre aquest sistema i l'individu modern rau, més aviat, en concebre la possessió com un capital que cal gestionar amb la màxima cura, amb tot el rigor i la planificació possibles, per tal de treure'n el major rendiment a mitjà i llarg termini. I tot això amb el propòsit no de gaudir-ne dels avantatges d'allò que es posseeix, ni tan sols dels diners obtinguts amb la seva venda, lloguer, rèdits de préstecs o intercanvi, sinó de seguir invertint i acumulant guanys.

### **Modernització i normalització: la lògica disciplinària del poder**

Tanmateix, a l'esquema precedent li manca un altre tret fonamental, que té a veure amb el principi vertebrador de les institucions a partir dels segles XVIII-XIX, amb la lògica profunda que

guia els processos en virtut dels quals l'individu s'adequa als requeriments de les societats modernes. O, més ben dit, ens cal un model de construcció de la subjectivitat que sigui funcional, adient, tant a l'Estat—nació com al capitalisme.

L'enfocament de les obres de Foucault, en especial, el que es posa de relleu a *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*<sup>68</sup>, pot servir de base per a bastir aquest model teòric que necessitem. Aquí, doncs, ens centrarem no pas en l'anàlisi del conjunt de la seva trajectòria intel·lectual, ni tan sols en escatir la naturalesa, abast i propòsit d'aquesta obra, sinó en analitzar com i perquè el model "disciplinari" resulta clau per a entendre les dinàmiques profundes de funcionament de les societats que neixen amb la modernitat i de quin paper hi juga, en aquests dinàmiques, el tipus de construcció de la individualitat que s'hi desenvolupa.

Partint, doncs, d'aquesta lectura de *Vigilar y castigar*, cal, d'entrada, entendre quins és el propòsit de l'obra. En aquest sentit, val a dir que no estem merament davant d'un estudi sobre el naixement i l'evolució de les presons en l'era moderna, ni tampoc davant un estudi jurídic—sociològic sobre la presó i/o els mecanismes punitius, sinó que del que en realitat es tracta és de veure com i perquè la gènesi i difusió d'aquesta institució serveix de base i de model per a estendre una nova lògica de poder, ben diferent a la que estava en vigor en les societats prèvies a les revolucions liberal-burgeses. L'objectiu, doncs, és

Tratar de estudiar la metamorfosis de los métodos punitivos a partir de una tecnología política del cuerpo donde pudiera leerse una historia común de las relaciones de poder [...]. De suerte que por el análisis de la benignidad penal como técnica de poder pudiera comprenderse a la vez cómo el hombre, el alma, el individuo normal o anormal ha venido a doblar el crimen como objeto de la intervención penal, y cómo un modo específico de sujeción ha podido dar nacimiento al hombre como objeto de saber para un discurso con estatuto "científico". (Michel Foucault. *Vigilar y castigar...*, 2005 : 303—31).

A diferència del sistema punitiu premodern, centrat en el suplici públic com a exponent del poder total del sobirà sobre els seus súbdits i concebut com un càstig, una venjança per haver violat una llei que és, alhora, absoluta perquè abasta tothom, i personal perquè és la plasmació de la voluntat del sobirà (Foucault, 2005 : 51-54), els sistemes punitius moderns, amb la presó com a institució bàsica i el panòptic com a instrument privilegiat de vigilància i control, cerquen crear un tipus de poder nou; un poder *disciplinari*, que ja no obeeixi al caprici d'un sobirà, sinó que sigui el resultat d'una estratègia compartida per les institucions de l'Estat, capaç d'arribar per igual al conjunt de la població i, sobretot, que estigui orientat a reconduir, estandarditzar i generar —més que no pas merament reprimir— determinades conductes. I el mateix val a dir d'institucions, com

---

<sup>68</sup> El títol original en francès és *Surveiller et punir: naissance de la prison*. Paris: Gallimard, 1975. La versió castellana aquí consultada ha estat ditada a Madrid per Siglo XXI l'any 2005.

ara la fàbrica o l'escola, que aparentment no tenen res a veure amb la presó però que, tanmateix, comparteixen aquesta naturalesa disciplinària orientada a:

Encauzar las multitudes móviles, confusas, inútiles de cuerpos y de fuerzas en una multiplicidad de elementos individuales [...]. La disciplina "fabrica" individuos; es la técnica específica de un poder que se centra en los individuos a la vez como objetos y como instrumentos de su ejercicio. No es un poder triunfante que a partir de su propio exceso pueda fiarse en su superpotencia; es un poder modesto, suspicaz, que funciona según el modelo de una economía calculada pero permanente. (Michel Foucault : 2005 : 175).

Convé remarcar la importància de l'expressió "la disciplina fabrica individus", ja que, si bé a primera vista, el poder disciplinari és una eina de control, una via per a restringir al màxim el marge de llibertat de les persones i els grups, tot limitant, acotant i controlant els seus moviments, els seus comportaments i les seves rutines, aquesta vessant, bo i estar ben present, no és la més important ni la més decisiva. Ans al contrari: la principal raó de ser del poder disciplinari és *crear* subjectivitats, *construir* individus mitjançant un conjunt de tècniques, dispositius i institucions de vigilància i control que exerceixen un control exhaustiu sobre els cossos. Un control, doncs centrat en el cos, però que es pretén fer extensible a l'ànima, a la ment de cadascú. Les eines i els instruments per a assolir-ho tenen la presó i el panòptic com a principals exponents, però en absolut son els únics: la fàbrica, l'escola o l'hospital, entre d'altres institucions modernes paradigmàtiques, també formen part d'aquest poder disciplinari.

El poder disciplinari opera a partir d'una doble lògica: d'una banda, posa un estàndard, uns paràmetres sobre allò que les el saber "científic" —és a dir, el saber al servei de les institucions— considera normal; d'altra banda, i en funció de la posició de cadascú en aquest estàndard, compara, jerarquitzza, identifica els trets singulars; en definitiva, individualitza:

La vigilancia y el castigo disciplinarios procuran diferenciar a los individuos unos respecto de otros y en función de esta regla de conjunto [...] medir en términos cuantitativos y jerarquizar en términos de valor las capacidades, el nivel, la "naturaleza" de los individuos. (Michel Foucault, 2005 : 188).

El resultat més tangible és la creació d'individus que, d'una banda, han après, han interioritzat, uns hàbits d'autocontrol i disciplina que els permeten treballar i actuar de manera sincronitzada, però que, d'altra banda, són actius, procuren pujar dins l'escala jeràrquica prèviament definida per la norma, procuren ser més productius. Heus aquí la raó per la qual el poder disciplinari resulta útil tant al capitalisme com a les institucions de l'Estat:

Las disciplinas funcionan cada vez más como técnicas que fabrican individuos útiles [...]. De ahí que tiendan a implantarse en los sectores más importantes, más centrales, más



productivos de la sociedad; que vengan a conectarse con algunas de las grandes transformaciones esenciales: la producción manufacturera, la transmisión de conocimientos, la difusión de aptitudes y de todo el aparato de guerra. (Michel Foucault, 2005 : 214).

I, en virtut de la creació de subjectes alhora actius i estandarditzats, el poder disciplinari fa possible conjuminar la visió atomista, utilitarista i abstracta de l'individu pròpies del liberalisme i l'utilitarisme —una visió que, d'altra banda, sol quedar plasmada en les constitucions i lleis de les democràcies liberals—, amb el funcionament d'unes institucions que, a la pràctica, necessiten de persones molt més disciplinades i normalitzades. Igualtat formal i drets coexisteixen, doncs, amb mecanismes de vigilància i control que, a la pràctica, jerarquitzen i estandarditzen:

Bajo la forma jurídica general que garantizaba un sistema de derechos en principio igualitarios, había, subyacentes, esos mecanismos menudos, cotidianos y físicos, todos esos sistemas de minipoder esencialmente inigualitarios y disimétricos, que constituyen las disciplinas [...]. Las disciplinas reales y corporales han constituido el subsuelo de las libertades formales y jurídicas. El contrato podía bien ser imaginado como fundamento ideal del derecho y del poder político [pero] el panoptismo constituía el procedimiento técnico, universalmente difundido, de la coerción. [...] Si el jurismo universal de la sociedad moderna parece fijar los límites al ejercicio de los poderes, su panoptismo difundido por doquier hace funcionar, a contrapelo del derecho, una maquinaria inmensa y minúscula a la vez que sostiene, refuerza, multiplica la disimetría de los poderes y vuelve vanos los límites que se le han trazado. (*Ibidem* : 224—226).

La conjuminació del projecte liberal, atomista i emancipador, si més no a nivell de drets i llibertats civils i polítiques, amb la construcció d'un subjecte disciplinat, estandarditzat i jerarquitzat, té un correlat ben clar amb la divisió entre les dues grans classes socials del capitalisme emergent: la burgesia i el proletariat. Per a la primera, la "gran transformació" a què al·ludia Polanyi esdevé, bàsicament, sinònim d'alliberament de les traves que limitaven l'enriquiment econòmic, les llibertats individuals bàsiques i la participació en el govern i les estructures de poder; per a la segona, en canvi, aital "gran transformació" esdevé, més aviat, sinònim no tan sols de privacions econòmiques i d'alienació sinó també de sotmetiment a unes institucions i unes lògiques disciplinàries encaminades a construir un nou subjecte, més fàcilment normalitzable i predisposat a interioritzar els ritmes de treball de les fàbriques emergents. Com explica Zygmunt Bauman tot referint—se a Michel Foucault:

La organización interna —capitalista— de la cohabitación humana era jánica: una de sus cares era emancipadora, la otra coercitiva, y cada una de ellas estaba vuelta hacia un segmento distinto de la sociedad [...]. La emancipación de algunos urgía la represión de otros [...]. Las "masas" fueron arrancadas de su rígida rutina antigua (la red de interacciones comunales gobernada por el hábito) para ser introducidas a la fuerza en una rígida rutina nueva (la de la

fábrica gobernada por el trabajo regulado. (Zygmunt Bauman. Comunidad: en busca de Seguridad en un mundo hostil, 2003 : 34—35).

### **La perspectiva sociològica: comunitat i associació**

El període comprès entre els segles XVII i XIX és, com acabem d'exposar breument, escenari de canvis qualitius de gran magnitud i transcendència. D'economies on el mercat restava sotmès al control dels gremis i a la lògica feudal al capitalisme com a eix rector; de la pluralitat de regnes, feus i repúbliques a l'Estat sobirà i burocràtic com a forma hegemònica d'organització política; del càstig com a plasmació del poder del sobirà a la presó com a model i arquetipus del biopoder, del poder sobre els cossos a través de les institucions disciplinàries; de la tradició com a principi rector de l'acció social al triomf de la raó instrumental o orientada a mitjans (Weber). Hi ha algun fil conductor comú que permeti intentar copsar el sentit i orientació general d'aquests canvis? Des de la sociologia, una possible resposta, esdevinguda tot un clàssic, és la que planteja Ferdinand Tönnies a *Comunitat i associació*<sup>69</sup>.

Abans d'entrar en matèria, convé tenir clar el seu punt de partença, el marc des del qual sorgeix, que no és cap altre que l'intent de formular un esquema per a interpretar l'acció social, és a dir, fer una tipologia abstracta de les modalitats dels comportaments intersubjectius i d'allò que impulsa els subjectes a actuar o no de determinada manera.

Segons Tönnies, hom pot englobar l'enorme ventall de tipus d'acció social basades en dues grans tipologies segons allò que les impulsa a actuar, sempre amb el benentès que es tracta de models abstractes i que la realitat empírica sol estar plena de matisos i gradacions:

- A) *Wesenwille*: és aquella en què els sentiments, els desitjos i els impulsos, però també la fe i les creences, predominen i impulsen l'acció social. És la modalitat més antiga i la que entronca millor amb la naturalesa humana; tant, que és lícit anomenar-la "voluntat natural o essencial".
- B) *Kurwille*: és l'acció social impulsada per la voluntat racional/instrumental, on predominen la deliberació, el càlcul, l'avaluació i la instrumentalització.

Doncs bé, els col·lectius on predomina la *Wesenwille* donen lloc a agrupacions estables de persones unides per lligams de caire afectiu i tradicional, a la "comunitat" o *Gemeinschaft*. En

---

<sup>69</sup> Publicat en català per Edicions 62 l'any 1984. L'obra original, *Gemeinschaft und Gesellschaft*, fou editada originàriament l'any 1887 i revisada en diverses ocasions, fins assolir la versió que hom considera definitiva l'any 1935, just abans de la seva mort.

canvi, allà on l'acció social ve dominada per la *Kurwille*, s'acaba imposant "l'associació" o *Gesellschaft*. La primera —la comunitat— és, en tant que plasmació dels impulsos més profundament arrelats en la psique humana i dels lligams afectius tradicionals —família, clan, veïnatge—, un fenomen vital, "orgànic"; l'associació, en canvi, és quelcom que apareix molt més tard i que prové d'una decisió humana conscient i racional; lluny de ser una forma d'agrupació "natural", és en certa manera "mecànica", és a dir, una construcció humana fruit d'una determinació conscient:

Ens proposem una interpretació sociològica, que veu les relacions i les associacions humanes com a organismes vius o, al contrari, com a construccions mecàniques. La qual cosa troba la seva contrapartida i la seva analogia en la teoria de la voluntat individual. (Ferdinand Tönnies. *Comunitat i associació*, 1984 : 37).<sup>70</sup>

Com ja hem apuntat més amunt, la comunitat es fonamenta en els vincles que, des de la infantesa més tendra, hom estableix amb la família, la tribu, el clan i els veïns. Es tracta d'uns vincles fonamentats no en l'interès, ni tampoc en la voluntat conscient, sinó en els afectes i en la tradició. I enfortits, a més, per un sistema institucionalitzat de creences que atorguen estatus "natural", per no dir "còsmic" a aquest tipus de lligams. El resultat és que hom els dona per descomptat, com una mera extensió de l'ésser humà en tant que organisme viu, en tant que ens inserit dins on ordre natural i fins i tot còsmic.

Ben diferent és l'associació, basada bé en l'interès —com ara les societats mercantils i les transaccions de mercat—, bé en el contracte social i polític, fonamentat en els drets i deures de cadascú. Aquest tipus de vincle, a diferència de l'anterior, no construeix cap tipus d'unitat genuïnament orgànica, sinó que el que hi predomina és la recerca dels objectius de cadascú:

La teoria de la *Gessellschaft* o associació tracta de la construcció artificial d'una amalgama d'éssers humans que en la superfície s'assembla a la *Gemeinschaft* o comunitat en la mesura que els individus hi conviuen pacíficament. Això no obstant, en la comunitat romanen units a despit de tots els factors que tendeixen a separar-los, mentre que en la *Gessellschaft* es mantenen essencialment separats malgrat tots els factors tendents a llur unificació: a la *Gesseschaft*, a diferència de la *Gemeinschaft*, no topem amb accions que puguin derivar-se d'una unitat a priori i necessàriament existent [...]. Al contrari, en ella cadascú va a la seva i es manté aïllat i s'hi produeix un cert estat de tensió contra els altres [...]; ningú no vol concedir ni

---

<sup>70</sup> Émile Durkheim establí una tipologia fora coincident en el fons, però no en la forma. Segons Durkheim, hi ha dos tipus de lligams socials, de "solidaritat": la "mecànica", que es dona en societats amb poca divisió del treball, fonamentades en la família extensa i el clan i on l'autonomia de l'individu és mínima, i la solidaritat "orgànica", on la forta divisió del treball i l'elevada interdependència de les parts que componen la societat requereixen un grau considerable d'autonomia i especialització de cada individu. Com es veu, els mots "mecànic" i "orgànic" tenen significats diametralment oposats, cosa que no ha d'impedir copsar les similituds de fons entre ambdós sociòlegs. Vegeu, sobre aquesta qüestió: Émile Durkheim. *La división del trabajo social*. Madrid: Minerva, 2012. I també: *Les formes elementals de la vida religiosa*. Barcelona: Edicions 62, 1987.

produir cap cosa per a un altre individu ni tampoc no se sent disposat a donar-li res ni tan sols de mala gana, si no és mitjançant l'intercanvi d'una remuneració o un treball equivalent. (Ferdinand Tönnies, 1984 : 72—73).

Hom podria objectar que la recerca de l'interès exclusivament individual no és pas l'únic mòbil que impulsa l'acció social en la *Gesellschaft* o associació, sinó que hi ha també conductes mogudes per objectius de caire ètic i/o col·lectiu, i que, per tant, encara hi ha trets comunitaris, trets de la *Gemeinschaft*, ben presents, si més no en l'àmbit polític, social i cultural. Aquesta interpretació oblida, però, que l'altre element cabdal de la conducta en l'associació —el contracte, el pacte, la recerca de consensos o, quan no sigui possible, l'existència de mecanismes de resolució de conflictes— parteix d'una naturalesa radicalment diferent, per no dir oposada, a la lògica comunitària. I és que allò que defineix la *Gemeinschaft* no és el pacte, entès com un acord deliberat, voluntari i que requereix ser *construït* laboriosament entre individus amb interessos, idees i valors clarament diferenciats, sinó l'existència d'una cosmovisió comuna, reforçada per uns vincles socials molt intensos, que és tàcita i prèvia a qualsevol acord. Aquest marc cultural comú, implícitament assumit per tothom, no és, doncs, el resultat de cap consens entre individus, de cap negociació ni de cap acord; ben al contrari: n'és la condició de possibilitat, el punt de partença. Com afirma Zygmunt Bauman tot analitzant aquesta qüestió:

Tönnies suggeria que lo que distinguía a la comunidad de otrora de la (moderna) sociedad (Gesellschaft) [...] era un *entendimiento compartido por todos sus miembros*. No es un consenso, tengámoslo presente: un consenso no es sino un acuerdo que alcanzan personas con formas de pensar esencialmente distintas, un producto de duras negociaciones y de compromisos [...]. El entendimiento de corte comunitario, que se da por descontado [...] no precisa ser buscado, y no digamos laboriosamente *construido*, o ganado en una *lucha*: ese entendimiento está "ahí", ya hecho y listo para usar, de tal modo que nos entendemos mutuamente "sin palabras" [...]. El tipo de entendimiento sobre el que se basa la comunidad *precede* a todos los acuerdos y desacuerdos. Semejante entendimiento no es una meta sino el *punto de partida*. (Zygmunt Bauman. *Comunidad: en busca de seguridad en un mundo hostil*, 2003 : 16).

Semblantment amb el que succeeix amb les tipologies de l'acció social, la dicotomia comunitat/associació és un model teòric, abstracte, més que no pas un intent de descriure empíricament i/o històricament els tipus efectius de lligams socials, ja que, si més no en les societats complexes, sempre hi ha trets d'ambdues modalitats. Amb tot, a un nivell genèric hom pot copsar quin dels dos elements predomina i, sobretot, entendre que entre ells hi ha una relació no de gradació o intensitat, sinó d'oposició:

Existeix una certa oposició entre un ordre social que, basat en el consens de les voluntats, descansa en l'harmonia i es desenvolupa i ennobleix gràcies als usatges, als usos i a la religió, i

un ordre que, basat en la unió de les voluntats racionals, descansa en la convenció i l'acord, queda salvaguardat per la legislació política i troba la seva justificació ideològica en l'opinió pública. (Ferdinand Tönnies, 1984 : 271).

Aquesta “gran transformació” s’ha d’entendre en el marc dels dos grans fenòmens que actuen de catalitzador: el capitalisme, en tant en quant suposà el triomf i l’extensió de l’autonomia individual centrada en l’afany de lucre i la competitivitat, i l’Estat modern. Aquest darrer, en tant que aparell administratiu i burocràtic, és una associació, basada en l’interès, en el dret com a expressió de la lògica contractual i, en darrer terme, en la coerció, en tant en quant ostenta el monopoli legítim de la violència<sup>71</sup>. Per tant, les diferències que hi pugui haver entre el mercat i l’Estat modern no poden amagar el fet que ambdós són un artifici d’aparició força recent i que parteixen d’un mateix vincle, basat en l’interès i la raó més que no pas en els afectes i els impulsos orgànics. Més encara: l’Estat, amb la seva burocràcia i el seu paper socialitzador, substitueix les antigues institucions comunitàries, esdevenint així un agent actiu a l’hora de difondre i legitimar l’associació i d’accelerar, així, el declivi de la comunitat:

Els homes varien de temperament gràcies al lloc i les condicions de vida diària que es torna apressada i variada a conseqüència de la lluita incessant. Simultàniament, al costat d’aquesta revolució en l’ordre social, té lloc un canvi gradual del dret, tant en el fons com en la forma. El contracte com a tal esdevé base de tot el sistema, i la voluntat instrumental de l’associació [...] es combina amb la voluntat autoritària de l’Estat per a crear, mantenir i canviar el sistema jurídic. [...] L’Estat s’allibera cada cop en més gran mesura de les tradicions i els costums del passat i de la creença de llur importància. [...] L’Estat, els seus gabinets i els seus individus són els únics agents que queden, e lloc de les nombroses i múltiples corporacions, comunitats i nacionalitats que s’havien desenvolupat orgànicament. (Ferdinand Tönnies, 1984 : 274—275).

Capítol a banda mereix la nació. D’una banda, i tal i com Tönnies esmenta explícitament, la nació apareix com una plasmació de la comunitat perquè el tipus de vincle que uneix els seus membres és de caire afectiu i emocional, més que no pas racional i basant en l’interès. Atorga protecció i sentiment de pertinença a través de lligams emocionals intensos —un himne, una bandera, una festa nacional, etc.— i, sobretot, exigeix dels seus membres una lleialtat incondicional, que ultrapassa tot interès i que, en determinades circumstàncies, pot arribar a comminar-los que estiguin disposats fins i tot a posar en risc la seva vida

---

<sup>71</sup> Les coincidències amb l’anàlisi weberiana de l’Estat modern i el seu aparell burocràtic son, doncs, notables. De fet, el mot “coincidències” possiblement no sigui el més adequat, atès que l’obra de Ferdinand Tönnies fou un dels elements que més van influir en la trajectòria intel·lectual de Max Weber. Vegeu, sobre aquesta incidència: Francisco Galván Díaz. “De Tönnies y la sociología alemana”, dins: *Sociológica: revista del Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma de México*, I (1) : 1986. Recurs consultable en línia: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/1106-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2194-1-10-20150825.pdf> [darrera consulta: 03/09/2020].

D'altra banda, però, la nació difereix en aspectes substancials de les comunitats tradicionals. D'entrada, perquè pot abastar extensos territoris i milions de persones, ultrapassant així de llarg l'abast de qualsevol vincle basat en la proximitat, la vida en comú i els lligams afectius. En segon lloc, perquè la consolidació de la nació requereix d'una acció decidida de l'Estat. La consolidació de la nació passa per l'escola, mitjans de comunicació, burocràcia o les lleis; és a dir, per mecanismes moderns basats, justament, en el funcionament de l'associació, i no pas de la comunitat. I, en darrer lloc, perquè la nació no és una comunitat natural o que es remunti molt lluny en el temps, sinó una creació moderna. Aquesta és una qüestió que no queda del tot aclarida en l'obra de Tönnies, però sobre la qual hi ha un consens entre historiadors i experts i que, tot i que quedar fora de l'abast de la present recerca, paga la pena fer esment, ni que sigui molt breument, de la tesi defensada per Eric Hobsbawm i Terence Ranger al llibre *La invención de la tradición*<sup>72</sup>, on sostenen que les nacions, lluny de ser entitats culturals fortament arrelades en la història i la consciència dels individus, són un fenomen modern, un invent que neix de la necessitat de trobar elements de legitimitat i de cohesió afectiva davant, justament, els espectaculars canvis socioeconòmics i geopolítics que experimenta Occident arran de la revolució industrial i la consolidació del capitalisme. Tradicions, costums, vestits "típics", himnes, llengua (contraposada a dialecte, a "patois") serien el fruit d'una creació relativament recent que amaga aital condició sota la vestimenta d'un suposat origen llunyà, ancestral.

L'estret lligam que hi ha entre el pas de la comunitat a l'associació i la consolidació del capitalisme, l'Estat modern i (tot i que d'una manera menys unívoca) la nació sembla menar a entendre'l com un canvi inevitable, una evolució progressiva, tal vegada lenta però inexorable. En realitat, però, es tractà d'un procés feixuc, complex, farcit de matisos i de contradiccions. Però també, i per damunt de tot, el resultat d'una voluntat deliberada, d'un conjunt de determinacions inequívokes.

En efecte, els mecanismes del poder disciplinari orientats a la creació de subjectivitats que hem tingut ocasió d'examinar més amunt tenia com a requisit previ la destrucció —deliberada, volguda, planificada— de les tradicions i els lligams comunitaris. Només així seria possible erigir de manera eficaç un nou ordre, i només així seria possible que aital ordre fos interioritzat i acceptat pel gruix de la població. Es tractada, doncs, d'impulsar; més: de forçar, el pas de la comunitat a l'associació a través de la supressió dels vincles que en constituïen la base:

La guerra declarada a la comunidad se lanzó en nombre de la libertad, de la liberación del individuo de la inercia de la masa. Pero la finalidad genuina, aunque no manifiesta, de esa guerra era en extremo opuesta a su objetivo declarado: desmontar los poderes comunitarios creadores

---

<sup>72</sup> Publicat a Barcelona per l'editorial Crítica l'any 2012. El títol original és *The invention of tradition*, i fou publicat a Cambridge l'any 1983.

de pautas y roles, de tal modo que las unidades humanas, despojadas de su individualidad pudieran condensarse en la masa trabajadora [...]. Era preciso desvincular primero a hombres y mujeres de los lazos comunales que limitaban sus movimientos para poder redesplegarlos más tarde como obreros fabriles [...]. La libertad de indeterminación no fue sino una breve fase transitoria entre dos jaulas de hierro igualmente rígidas [...] El modelo panóptico del poder ata a los subordinados al lugar en el que pueden ser vigilados e instantáneamente castigados. (Zygmunt Bauman, 2003 : 36-39).

Es tracta, en definitiva, de bastir nous lligams, més compatibles amb la dinàmica dels mercats capitalistes i amb les noves formes de control i de sotmetiment disciplinari (vegeu l'apartat anterior). La creació d'aquests nous lligams, però, passa per la dissolució dels vincles comunitaris tradicionals. Cal desancorar l'individu de la família extensa, el veïnatge, la comunitat, per tal de (re)ancorar-lo en les relacions que hom estableix en el si del mercat capitalista i amb els membres de (la recentment creada) nació. I de fer-ho de manera deliberada i metòdica:

En les émancipant tendanciellement de tout rapport personnel de dépendance tout comme en les plaçant dans des rapports impersonnels de dépendance, le capitalisme assujettit les individus : il les transforme en sujets, au double sens de ce dernier terme. D'une part, il en fait des sujets au sens d'êtres strictement subordonnés au pouvoir du capital, tel qu'il se manifeste et se réalise à travers différents systèmes de rapports impersonnels (le marché, la société civile, l'État). D'autre part, il en fait des sujets au sens d'êtres autonomes, dans la diversité des déterminations de l'autonomie précédemment distinguées : des êtres capables d'agir, de décider et de penser par eux-mêmes. Alain Bihl (2007) « L'individu assujetti ». ¿Interrogations? *Revue interdisciplinaire de sciences humaines et sociales*, 5 : 9.

Doncs bé, és en aquest tipus de vincle artificial, basat en la interdependència d'interessos però no dels vincles afectius i tradicionals, on cal emmarcar l'aparició i posterior consolidació de l'individu modern. Car, com hem vist a la definició anterior, en l'associació no hi ha una "unitat a priori" sinó que "cadascú va a la seva", de manera que l'acció col·lectiva, per molt important i recurrent que sigui, no pot amagar el fet que és, en realitat, el producte d'una confluència d'interessos i de voluntats autònomes. Fixem-nos, però, que lluny de ser l'individu qui crea la comunitat, és la l'evolució d'aquesta —amb fenòmens com ara l'auge del capitalisme, el creixement de les ciutats, la revolució científica o l'impacte de la difusió de la impremta— la que genera les condicions necessàries per a provocar llur crisi i eventual substitució per un nou tipus de vincle, l'associació, que atorga molta més autonomia a l'individu. De fet, més que "atorgar" autonomia, en realitat la requereix. Per llur pròpia dinàmica, l'associació implica i pressuposa un major protagonisme de l'individu, i no només en l'esfera econòmica, sinó també en la social i la política.

Aspectes, tots ells, que incideixen de ple en el tipus de propietat. La possessió i gestió conjunta de béns i serveis és, alhora, expressió i catalitzador dels vincles comunitaris, un element que va molt més enllà de la mera gestió econòmica i que no s'entén al marge de la *Gemeinschaft*, però també un ingredient bàsic i constitutiu d'aquesta:

La vida de la comunitat consisteix en la possessió i el plaer mutus, així com en la possessió i el gaudi dels béns comuns. La voluntat de possessió i de gaudi és la voluntat de protecció i de defensa . Béns comuns – mals comuns; amics comuns – comuns enemics. (Ferdinand Tönnies, 1984 : 54).

Ben diferent és el paper de la propietat en l'associació, car tant l'una com l'altra generen un mateix tipus de vincle que, partint de l'autonomia i la recerca de l'interès personal, pot menar tant a la competència com al contracte, a l'acord consensuat, però en cap a la formació de lligams afectius comuns. En l'associació, doncs,

Tots els béns són concebuts per separat, com separats són llurs propietaris. Allò que és posseït i gaudit per algú, és posseït i gaudit amb exclusió dels altres. De manera que, en realitat, no hi ha res que posseeixi un valor comú. (Ferdinand Tönnies, 1984 : 73).

Amb tots aquets elements, la dicotomia comunitat/associació esdevé no tan sols una eina sociològica bàsica per a entendre els canvis socials d'Occident en el decurs dels darrers segles, sinó també una baula fonamental, un nexa d'unió dels factors aquí analitzats —emergència del capitalisme i de l'Estat modern, amb la seva lògica disciplinària— i de llur relació amb el procés d'individualització i l'auge de la propietat privada.



## **LA NOVA VISIÓ EMPÍRICO-RACIONAL**

Havent analitzat els trets generals de les grans transformacions que tenen lloc a partir dels segles XVII-XVIII, ha arribat el moment d'examinar l'aportació dels principals pensadors d'aquest període a la construcció de l'imaginari social sobre l'individu i llur relació amb la propietat. Per consegüent, aquest apartat no pretén en absolut ser una síntesi del pensament i les idees més destacades de cadascun d'ells, ni tampoc fer-ne una anàlisi i valoració comparatives, sinó que només prendrem en consideració aquells conceptes i teories que tinguin una relació més clara amb els objectius i l'abast temàtic de la present recerca. Amb tot, en no pocs casos caldrà fer al·lusions a aspectes més generals de la seva filosofia, a fi i efecte de poder entendre millor llurs aportacions sobre l'individu modern i la seva manera de relacionar-se amb les coses i les altres persones.

En aquest primer bloc, s'analitzaran pensadors del corrent il·lustrat i, més concretament, de l'empirisme. Al capdavant, és a partir de Hobbes, Locke, Hume o Adam Smith que pren cos la idea que la societat és, o hauria de ser, el resultat d'un acord, d'un pacte entre individus autònoms i dotats d'uns determinats drets i llibertats. Igualment, també és a partir d'ells que la noció de propietat, entesa com quelcom que hom pot comprar, vendre, llogar i acumular i que, a més, inclou tant les coses físiques —cases, terrenys, maquinària, fàbriques— com el propi cos i les capacitats personals, entesos com quelcom que hom pot posar al mercat, es legitima i passa a ser considerat un objectiu no tan sols legítim, sinó també moralment i socialment exemplaritzants. I, per últim, però no per això menys important, és a partir d'ells que s'intenta bastir una teoria científica i rigorosa sobre l'individu, que pren carta de naturalesa la idea que hom pot aplicar a l'estudi del subjecte el mateix enfocament i els mateixos mètodes que tants èxits començaven a donar a les ciències físiques. Cosa que implica fer tabula rasa amb el coneixement previ.

### **Thomas Hobbes**

En examinar la visió hobessiana de l'ésser humà, el primer que crida l'atenció és, justament, aquesta determinació de fer tabula rasa, aquesta voluntat de defugir les teories i nocions establertes i apostar per un coneixement basat en la ciència, el rigor i l'observació atenta d'allò que som les persones, i no pas d'allò que hom pot llegir als llibres:

Quienes se fían de los libros hacen como aquellos que reúnen diversas sumas pequeñas en una mayor sin considerar si las primeras sumas serán o no correctas” (Thomas Hobbes. *Leviatan*<sup>73</sup>, 2005, Llibre I, cap. IV : 69).

Més encara:

La luz de la mente humana la constituyen las palabras claras (...) pero libres y depuradas de la ambigüedad mediante definiciones exactas; la razón es el paso; el incremento de ciencia, el camino; y el beneficio del género humano, el fin. (*Leviatan*, I, VI : 79).

I quina visió emergeix d'aquest nou enfocament? Bàsicament, la d'un ésser que, tot i tenir la facultat de raonar, és, abans que res, un organisme regit per les apetències i les aversions, pels desitjos i les pors. I això no pas com a resultat d'una suposada tendència al mal o al pecat, sinó com a fruit inexorable de l'ímpetu irrefrenable d'aitals impulsos. Així, el bé és, senzillament, allò que és objecte del nostre desig, i el mal, allò que ens provoca odi i aversió (*Ibidem*, I, VI : 83). De fet, no té sentit de parlar de bé o mal en sentit moral perquè, al capdavall, no existeix el lliure albir:

El último apetito o aversión inmediatamente próximo a la acción o a la omisión correspondiente es lo que llamamos voluntad, acto (y no facultad) de querer. (*Ibidem*, VI, 89).

Té sentit, doncs, parlar de llibertat? Segons Hobbes, sí, però únicament en allò que, d'ençà Isaiah Berlin, anomenem “llibertat negativa”; concretament, “l'absència d'impediments externs” (*Ibidem*, II, XIV : 128) que s'interposin entre el subjecte i la consecució d'allò a què inexorablement l'encaminen els impulsos que el regeixen.

Per tant, estem dominants per desitjos, que es concreten en l'afany de riqueses, coneixement, honor; en definitiva, poder en les seves diverses manifestacions. Aquests són, doncs, els mòbils principals de l'acció. I ho són per a qualsevol persona en qualsevol context.

Això implica i pressuposa, d'una banda, un individualisme atomitzat i, —diguem-ne—, egoista<sup>74</sup>, en tant en quant cadascú procura, de forma automàtica, per la consecució de les seves necessitats i impulsos<sup>75</sup>; d'altra banda, però, és justament aquest tret allò que ens fa radicalment iguals ja que el compartim tots i cadascun de nosaltres. I és que

---

<sup>73</sup> La versió aquí emprada ha estat editada a Madrid per Tecnos. L'original anglès és de 1651, i fou traduïda i revisada al llatí l'any 1668. Hi ha una versió en català que abasta els primers capítols: *Leviatan: capítols I-XIII*. València: Universitat de València, 1990.

<sup>74</sup> L'ús del qualificatiu “egoista” és discutible per a referir-nos a la noció d'individu que tenia Hobbes. Al capdavall, l'egoisme pressuposa una determinació conscient i volguda a cercar només els propis interessos, sense tenir en compte la resta de persones, mentre que, segons la interpretació que defensa aquest autor, aquests trets són el resultat d'una tendència irrefrenable, irreflexiva i pre-razional.

<sup>75</sup> I els de la seva família, amb qui l'uneixen llaços de “concupiscència”; altrament dit, d'apetències i desitjos.

La Naturaleza ha hecho a los hombres iguales en las facultades del cuerpo y del espíritu (...) cuando se considera en conjunto, la diferencia entre hombre y hombre no es tan importante que no pueda reclamar, a base de ella, para sí mismo, un beneficio cualquiera al que otro no pueda aspirar a él. (*Ibidem*, I, XIII : 122).

En conseqüència,

Esta igualdad natural produce en los hombres una esperanza igual de conseguir sus fines. Cada persona busca y persigue su propia conservación. (*Ibidem*, II, XV : 131).

I què succeeix quan hom aconsegueix satisfer les seves necessitats i els seus impulsos? Hom podria pensar que, un cop assolits, desapareix el neguit i, per tant, s'arriba a una serenor, a un equilibri. La realitat, però, és ben diferent: un cop aconseguida una fita —un cop sadollats de menjar, béns, sexe i prestigi— encara en volem més. El desig s'alimenta de si mateix i no coneix aturador. I és justament aquí on tenim l'origen del problema: atès que tots som iguals a l'hora de cercar la consecució dels nostres impulsos i del nostre anhel de reconeixement (mentre procurem, al mateix temps, defugir allò que ens desplaça o incomoda), i que aitals impulsos són virtualment il·limitats mentre que els recursos són, per força, limitats, és impossible que tothom els pugui assolir. Amb afegit, però: justament el fet que siguem conscients que tots els individus som, en essència, iguals ens porta necessàriament a malfiar-nos dels altres. Ja tenim, doncs, els ingredients bàsics del conflicte —a saber: la competència, la desconfiança i l'afany de glòria (*Ibidem*, I, XIII :124) -. La lluita —una lluita de tots contra tots—, és el resultat a què estem abocats.

Certament, els individus també estem dotats de la facultat de raonar. I, en virtut d'aquesta facultat, és possible deduir l'existència d'unes lleis naturals que ens haurien de menar a l'establiment d'uns mecanismes capaços de garantir la seguretat i la vida en comú. Tanmateix, la raó és impotent per capgirar el conflicte, car són els desitjos i les pors les que, en darrer terme, determinen la nostra conducta.

Així doncs, en estat de natura —és a dir, en absència d'una forma d'organització política i social capaç d'imposar el seu poder per sobre de les inclinacions de cadascú—, la guerra de tots contra tots esdevé inevitable. Amb el benentès que aquesta afirmació no pressuposa que *sempre* hi hagi guerra, sinó que aquesta és, tothora i arreu, una possibilitat ben real i que, per tant, tard o d'hora s'esdevindrà:

Durante el tiempo en que los hombres viven sin un poder común que los atemorice a todos, se halla en la condición o estado que se denomina guerra; una guerra tal que es la de todos contra todos. Porque la guerra no consiste solamente en batallas, sino que se da durante el lapso de tiempo en que la voluntad de luchar se manifiesta de modo suficiente. (*Ibidem*, I, XIII : 125).

La conseqüència?

La vida del hombre es solitaria, pobre tosca, embrutecida y breve (*Ibidem*, I, XI.II : 125).

L'única possibilitat de sortir d'aquesta lamentable situació rau en un pacte en virtut del qual els individus, atemorits i horroritzats pels efectes de la guerra, acorden "conferir todo su poder y fortaleza a un hombre o a una asamblea de hombres" (*Ibidem*, II, XVI : 145). Aquesta transferència de poder, un cop acordada, és incondicional. El sobirà, doncs, té el dret —i l'obligació— d'exercir un poder absolut, sense contrapesos; un poder, doncs, grandios, monstruós, simbolitzat pel Leviatan bíblic.

L'anàlisi del funcionament i les conseqüències d'aquest poder absolut queda fora de l'abast d'aquest treball. Aquí ens limitem a constatar que la seva funció principal és proporcionar un mínim de seguretat. Una seguretat que, en primer lloc, rau en la conservació de la vida i de la integritat física de l'individu, però que també inclou un altre element clau: la propietat:

La misión del soberano (sea un monarca o una asamblea) consiste en el fin por el cual fue investido con el soberano poder que no es otro que el de procurar la seguridad del pueblo (...). Pero por seguridad no se entiende aquí una simple conservación de la vida, sino también de todas las excelencias que el hombre puede adquirir para sí mismo por medio de una actividad legal. (*Ibidem*, II, XXX : 181).

D'on es dedueix que aconseguir una propietat —més concretament, una propietat capaç de proveir-nos dels béns i recursos necessaris— no és una mera convenció, ni menys encara quelcom secundari o optatiu, sinó un dret natural i que, per tant, ha de ser respectat i garantit pel sobirà. Individu i propietat formen, doncs, un tot. Un tot indissociable en virtut de la naturalesa dels impulsos que regeixen l'ésser humà.

Tornem, però, al tipus de poder del sobirà: aquest serà absolut i incondicional. I això *ha de ser* així no com a resultat d'una preferència ideològica determinada, sinó perquè és la conclusió lògica i inevitable dels trets que compartim tots els individus. I és que allò que fa del *Leviatan* una obra bàsica en el pensament modern és, justament, el fet que intenti fonamentar les bases de la teoria política en l'anàlisi acurada de la psicologia de l'individu; una psicologia que, al seu torn, es presenta com a rigorosament empírica, científica i, justament per tot això, qualitativament diferent dels discursos dels filòsofs precedents.

Científica, en efecte, car

Hobbes aplicó las ideas fundamentales de la mecánica de Galileo a toda la realidad (...). En consecuencia, el filósofo tiene que considerar al hombre como puramente material y sometido a las mismas leyes que los demás cuerpos (Copleston, 2011, vol. 2, IV-12).

I és que el caire profundament innovador del seu discurs ve donat no només per les tesis que sustenta, sinó també per l'ús d'una perspectiva epistemològica inèdita fins aleshores. A partir d'ell,

hom cercarà d'identificar i explicar quin tipus de societat i d'ordre polític és possible *en funció de la naturalesa humana*, més que no pas en postular un ordre ideal a priori per passar a continuació a esbrinar com s'hi podria arribar.

## **John Locke**

A l'igual que Hobbes, les seves anàlisis parteixen de l'estat de naturalesa. Un estat, però, que es formula no tant en termes empírics com en termes lògics; altrament dit: no pretén tant argumentar que històricament hi ha hagut una situació en què diversos col·lectius hagin viscut sense estar sotmesos a cap tipus d'organització política o social, obeint, així, únicament als dissenys de la seva naturalesa, sinó que allò que pretén fer és un exercici de raonament lògic encaminat a trobar una suposada essència de l'individu, per derivar-ne, tot seguit, les regles i la casuística de les diverses formes d'organització política.

Tanmateix, aquest estat de natura difereix del de Hobbes en aspectes decisius. Per començar, emfasitza que Déu ha creat tots els éssers humans dotant-los d'uns drets bàsics i inalienables que ningú no pot suprimir, fins i tot en el supòsit que comptés amb el consentiment de l'afectat. Més enllà, però, d'aquest element d'ordre transcendent, l'estat de natura ve definit per tres característiques bàsiques (*Segon Tractat del govern civil*, cap. II, art. 95)<sup>76</sup>: la "perfecta llibertat"; "l'estat d'igualtat" (en la natura, tots tenim les mateixes coses i, sobretot, els mateixos drets; i, per últim, la "reciprocitat", és a dir, el suport mutu entre individus essencialment lliures i iguals. El resultat, en paraules del mateix autor, és que

Tots els homes són, com hem dit, lliures, iguals i independents per naturalesa, i ningú no pot, doncs, ésser privat d'aquesta condició ni ésser sotmès al poder polític de ningú sense el seu propi consentiment. (*Segon tractat...*, VIII : 95).

Tanmateix, i per tal de poder gaudir de pau, seguretat i prosperitat, aquests individus acorden, lliurement, crear una societat política, tot atorgant-li la potestat de governar:

L'únic cas en que hom es desprèn de la seva llibertat natural és quan, acordant amb altres homes d'unir-se en comunitat, estableix els límits de la societat civil, per conviure amb benestar, pau i seguretat, gaudir tranquil·lament de les seves propietats i protegir-se més fermament d'aquells qui no formin part d'aquesta societat" (*Ibidem*, VIII : 95).

---

<sup>76</sup> En tots els casos, utilitzarem la versió catalana editada a Barcelona per Laia l'any 1983. L'edició original, titulada *Two Treatises on Government*, és de 1689.

Així doncs, la societat civil està al servei de les necessitats i els drets de l'individu, més que no pas a l'inrevés. I, pel tema que ens ocupa, ens interessa aprofundir específicament en un d'aquests drets: el de la propietat, la importància del qual ve exemplificada pel fet que l'autor li dedica un capítol sencer – el cinquè- del seu *Segon tractat del govern civil*.

En un principi, és a dir, en l'estat de natura, Déu atorgà la propietat dels fruits de la terra a la humanitat en el seu conjunt. Tanmateix, el treball estableix “una distinció entre aquelles coses [les que tenen propietari] i les comunals i els ha afegit quelcom més que allò que la natura [...] els havia atorgat” (*Ibidem*, V : 27). És a partir del treball com neix l'apropiació privada; la qual, d'altra banda, no es limita només a allò que s'ha obtingut treballant la terra, sinó també al terreny d'on s'han obtingut aquests fruits:

Com que la base principal de la propietat no són pas els fruits de la terra ni les bèsties que l'habiten, sinó la terra mateixa atès que conté i empra totes les altres coses, em sembla evident que n'adquireixi la propietat de la mateixa manera. Tanta terra com llauri, sembri, adobi, cultivi i de la qual n'utilitzi el producte, serà de la seva propietat. (*Ibidem*, V : 32).

Així, és el treball, juntament amb la correcta conservació dels béns de la terra, allò que en justifica la propietat. Si els arguments de Locke s'aturessin aquí, estaríem davant una accepció força tradicional de la propietat. El matís comença quan introdueix un segon argument: la laboriositat augmenta la producció i, per tant, genera valor afegit: “és (...) el treball allò que posa a la terra gran part del seu valor; sense treball, la terra amb prou feina val res” (*Ibidem*, V, 32). Amb tot, el canvi qualitatiu apareix de la mà d'un altre factor: el diner, una convenció humana que, tot i no ser, ni de lluny, tan necessària i útil com la terra, facilita molt els intercanvis i, sobretot, l'acumulació de béns i propietats més enllà de les que hom pugui treballar o necessitar:

L'or i la plata i els diamants són coses que han rebut el seu valor del mer caprici o d'un acord mutu, però són de menys utilitat per a les veritables necessitats de la vida [...]. Així [...] els homes podien bescanviar per productes veritablement útils per a la vida [...] i així com els diferents graus de laboriositat permetien que els homes adquirissin possessions en proporcions diferents, així també la invenció del diner els donà l'oportunitat de seguir conservant aitals possessions i d'augmentar-les” (*Ibidem*, V, 37).

I és que, atès que el diner és un bé perdurable i acceptat per tothom, esdevé possible comprar o vendre propietats. Cosa que, al seu torn, resulta útil perquè permet augmentar la producció i, per tant, generar prosperitat.

Certament, el diner i els contractes són una creació de l'ésser humà; una creació, però, que és fruit de la nostra capacitat de raonar. Per tant, ambdós són, juntament amb la propietat privada, consubstancials a la naturalesa humana. Tant, que són *anteriors* al pacte social, a l'Estat (Macpherson,

1970, p. 180-199. D'on resulta que la legitimitat d'aquest darrer depèn, en no poca mesura, de llur capacitat per garantir la propietat i fer complir els contractes.

És clar que, amb tots aquests elements, s'estableix una diferenciació evident entre aquells que tenen propietats i els que no. Aquests darrers no només es veuen privats de recursos sinó que, a més, no poden esdevenir membres de ple dret de la societat civil. D'entrada, perquè han de dedicar tot el seu temps i les seves energies a la mera supervivència, cosa que els inhabilita per a participar en els afers col·lectius amb coneixement de causa, però també perquè, tal i com acabem de veure, una de les funcions bàsiques de tota comunitat política és garantir la propietat, d'on es dedueix que qui no en tingui no pot esdevenir-ne membre de ple dret. S'establiria, així, un estatus jurídic dual, en què uns individus —homes propietaris— serien dipositaris de tots els drets polítics i civils, i la resta d'individus, que només tindrien aquests darrers; fonamentalment el dret a la vida i a la llibertat, en tant que inherents a tota persona.

I, per cert, un altre dret inalienable és el que hom té sobre ell mateix. Això vol dir que tothom és lliure de poder vendre el fruit del seu esforç;

Tot home té la propietat de la seva pròpia persona, i a que, quan barregi el seu treball amb la naturalesa, essent aquest treball propietat indiscutible del treballador" (*Segon Tractat... IV : 27*).

Altrament dit, Locke legitima un altre element clau en tota societat capitalista: el treball assalariat, formalment lliure. Ara bé, per entendre correctament el caire inalienable d'aquest dret, caldrà parlar d'atenció a alguns aspectes gnoseològics que fins ara hem deixat de banda.

Segons Locke, coneixem la realitat mitjançant les 'idees de sensació', que venen del món exterior tal i com és captat pels nostres sentits, o bé per les 'idees de reflexió', que són el resultat de la introspecció, o d'una síntesi d'ambdues. En qualsevol cas, però, la font última del coneixement prové dels sentits, no de la raó i, per tant, no existeixen les idees innates. Ans al contrari: la ment, en origen, és una *tabula rasa* que, a mesura que percep el món exterior i interior, es va fent una imatge de la realitat a través d'idees complexes. D'entre elles, destacarem aquí la de substància, que designa un cert nombre d'idees simples, provinents dels sentits (color, textura, olor...) que la nostra ment suposa que pertanyen a un mateix ens: la 'substància', que pot ser de dos tipus: material i espiritual. Partint d'aquesta base, la identitat individual no consisteix en

Otra cosa sino en la participación en la misma vida continuada de partículas de materia en sucesión que cambian constantemente, unidas vitalmente al mismo cuerpo” (*Ensayo sobre el entendimiento humano*, II, 27, 7)<sup>77</sup>.

D'altra banda, però, també tenim una substància espiritual, la consciència:

La identidad de una personal alcanza a cuanto la conciencia puede extenderse retrospectivamente hacia acciones y pensamientos” (*Ensayo sobre el entendimiento humano*, II, 27 : 11).

El problema és que

No sabemos ni en qué consiste pensar ni a qué tipo de sustancia ha querido el Todopoderoso otorgar este poder, que no se puede hallar en ningún ser creado si no es por el que bellamente ha complacido otorgar la suma bondad del Creador” (*Ibidem*, IV, 3 : 6).

I, arran d'aquestes reflexions, Locke introdueix una via innovadora: el jo —allò que som en essència— és una noció problemàtica i, molt probablement, impossible de conèixer plenament. Certament, mitjançant els sentits, la introspecció i el raonament podem saber moltes coses de nosaltres, però no totes. Sempre hi haurà trets de nosaltres mateixos que desconeixem. Però el problema no acaba aquí: si tot el que podem saber del cert del nostre jo són les seves manifestacions concretes, i resulta que aquestes són diverses, i a vegades contradictòries, la conclusió lògica és que el jo no és quelcom únic, monolític, sinó complex, múltiple i no necessàriament coherent. Una idea que, sota diferents enfocaments i perspectives, retrobarem en autors posteriors i que tindrà una gran incidència.

En qualsevol cas, aquest jo complex, que és alhora una realitat material i espiritual, és quelcom estrictament individual. Més: quelcom que cadascú posseeix, i sobre el qual té uns drets que només a ell li pertanyen. D'aquí, doncs, que sigui titular dels drets bàsics abans esmentats. Inclòs, naturalment, el de poder vendre el producte del seu treball i les seves habilitats. Per tant, en l'esquema lockià tindriem dos tipus legítims d'obtenció d'ingressos: el que prové dels fruits de la propietat que, tal i com hem vist, hom pot comprar i vendre, i el sou, és a dir, els diners que hom percep a canvi d'un treball per compte d'altri. Aquestes dues fonts corresponen, clarament, als dos sectors socials, a les dues classes socials, que configuraran les societats capitalistes: la burgesia i el proletariat. Ara bé, aquesta burgesia que posseeix terres i béns que pot bescanviar i acumular, és del tot equiparable a la figura

---

<sup>77</sup> Aquí ens hem basat en l'edició de Tecnos, de l'any 2009. L'edició original anglesa, titulada *An Essay Concerning Human Understanding*, fou publicada el 1690. Hi ha també un parell de versions en català, titulades *Investigació sobre l'enteniment humà*. La primera fou publicada a Barcelona per l'editorial Laia l'any 1982, i la segona per Edicions 62 l'any 1998.



del capitalista? Intentarem esbrinar-ho tot seguit . Abans, però, pot resultar molt convenient apropar-nos a les idees de Hume i Adam Smith.

## David Hume

En la línia dels altres dos pensadors, Hume es proposa emprendre un estudi sistemàtic sobre la naturalesa humana; un estudi que no es deixi guiar per apriorismes de cap mena i que, per llur caire sistemàtic, rigorós i basat únicament en fets contrastables i evidències inqüestionables, esdevingui la base i el fonament d'un saber plenament mereixedor del qualificatiu de científic: i és que amb el seu *Tractat sobre la naturalesa humana* es proposa fer una anatomia de la naturalesa humana mitjançant un procediment regular basat, sempre i en tots els casos, en l'experiència (*Resumen del Tratado de la naturaleza humana*, 1999 : 117)<sup>78</sup>. I és a partir d'aquest enfocament que pretén “perseguir el logro de un sistema para las ciencias” (Ibídem : 119).

Entrem, però, en matèria: el contingut de la ment humana es redueix a impressions (sensacions internes o externes) i idees (representacions de les sensacions) . Ara bé, atès que “todas nuestras ideas, o percepciones débiles, son derivadas de nuestras impresiones o percepciones fuertes” (Ibídem : 123), llur validesa dependrà del grau en què derivin directament de la informació provinent dels sentits. I la raó? És necessària i útil, però llur validesa gnoseològica queda circumscrita únicament a establir connexions necessàries entre conceptes —‘relations of ideas’—, i no pot informar-nos sobre el món fàctic, car aquest és únicament accessible a través dels sentits.

Partint d'aquesta vocació de bastir un coneixement plenament científic mitjançant un empirisme radical que defuig tota noció metafísica o, senzillament, tota tesi impossible de contrastar, Hume es llença de ple a analitzar la naturalesa humana. I la conclusió principal a què arriba és demolidora. No tan sols posa en la picota la idea que existeix quelcom no material en l'ésser humà —l'ànima— sinó que fins i tot la mateixa noció d'un subjecte pensant esdevé problemàtica. Tot el que podem saber de la nostra ment és que està formada per un cúmul d'impressions, percepcions i dees en perpetu moviment:

El alma, en la medida en que podemos concebirla, no es más que un sistema o sucesión de diferentes percepciones [...]; de pensamientos y sensaciones [...]. Por consiguiente, nuestras diversas percepciones particulares deben ser lo que componen la mente. Y digo componen la mente no pertenecen a ella. La mente no es una sustancia en la que las percepciones se infieran” (Ibídem, 145).

---

<sup>78</sup> En català també hi ha versions disponibles: *Extracte del Tractat de la naturalesa humana*, editada per la UAB l'any 1990, i *Resum del Tractat de la naturalesa humana*, editada a Barcelona per l'editorial La Busca l'any 2006,

I com és aquest conjunt d'impressions i idees que, per convenció i utilitat, anomenem jo? Bàsicament, és un organisme dominat per les passions, per la recerca insaciable d'impressions plaents i per l'aversion al dolor. Tant és així que, en darrer terme, les nocions de bé i mal es redueixen a aquests dos tipus d'impressions:

La verdadera esencia de la virtud (...) es producir placer, y la del vicio producir dolor" (*Tratado sobre la naturaleza humana*, llibre II, sec. I : 2929)<sup>79</sup>.

I, davant aquest ens dominat per les passions, ben poca cosa hi pot fer la raó. Car ella,

Por sí sola, jamás puede ser motivo de una acción de la voluntad; y segundo, que jamás puede oponerse a la pasión en la dirección de la voluntad" (*Ibidem*, II, sec. 3 : 389).

El resultat d'aquesta tendència inevitable a cercar el plaer i evitar el dolor serà la negació de la llibertat, convertida en un mite que no resisteix les evidències que les passions determinen la nostra conducta; un determinisme, tanmateix, de caire probabilístic i més matisat que el de Hobbes. Semblantment al que succeeix en el món físic, és possible trobar patrons de conducta comuns i previsibles, però mai certes, car tot el que podem conèixer del món fàctic són probabilitats<sup>80</sup>. En paraules de l'autor:

Si consideramos la humanidad según la diferencia de sexos, edad, de gobierno, condiciones o de métodos de educación, podemos discernir la misma acción uniforme y regular de los principios naturales. Iguales causas todavía producen iguales efectos, de la misma manera que la acción mutua de los elementos y fuerzas de la naturaleza. (*Ibidem*, III, 1 : 379-380).

Aquest ésser, dominat per passions i regit per pautes semblants a les que s'apliquen a la naturalesa, procura, en primer lloc, per les seves necessitats específiques. En aquest sentit, doncs, Hume també aposta per una visió de la persona bàsicament individualista, centrada en els seus propis anhels i temences. Amb un matís de pes, però: els individus som éssers socials. I ho som com cap altra espècie, en virtut tant dels avantatges evidents que ofereix viure en societat de cara a la consecució dels nostres desitjos com —i aquest és punt que convé remarcar— pel fet que *gaudim* del tracte amb els altres:

En todos los seres [...] aparece un notable deseo de compañía [...]. Eso es todavía más notable entre los hombres, por ser las criaturas del universo que poseen el más ardiente deseo de sociedad,

---

<sup>79</sup> Publicat a Madrid per Tecnos l'any 2005. L'original anglès, publicat entre el 1739 i el 1740, es titulava *A Treatise of Human Nature: Being an Attempt to introduce the experimental Method of Reasoning into Moral Subjects*.

<sup>80</sup> L'empirisme radicalment conseqüent de Hume el mena a l'escepticisme gnoseològic, que no equival pas al relativisme, però sí a negar tota possibilitat d'assolir certes, en tant en quant tot el que podem conèixer és, directament o indirecta, producte de la pluralitat d'impressions que copsem, i res —ni ningú— ens pot assegurar que al darrera de conceptes com ara el de causalitat hi hagi quelcom absolutament real i cert.

y están dotados con las mayores ventajas para ella. No podemos concebir algún deseo, que no tenga relación con la sociedad. Una absoluta soledad es, quizás, el más grande castigo que podamos sufrir [...]. Sean cuales sean las pasiones por las que podamos ser domados [...] la simpatía es el alma del principio animador de todas ellas, y no tendrían ninguna fuerza si nos abstraíramos completamente de los pensamientos y sentimientos de los otros. (*Ibidem*, II, 3 : 348).

En què consisteix, però, aquesta 'simpatia' que esmenta manta vegades? Bàsicament, en

La inclinación que poseemos a simpatizar con los otros y a recibir por comunicación sus inclinaciones y sentimientos, aunque sean diferentes o contrarios a las nuestras. (*Ibidem*, II, 2 : 309).

I és que hi ha en el seu discurs una tensió latent entre una cosmovisió de l'ésser humà individualista i egoista —terme que, semblantment amb el que succeeix amb Hobbes, no ha de tenir una connotació moral, sinó ontològica, a saber: l'impuls irrefrenable vers la satisfacció dels impulsos i tendències que li són inherents— i l'èmfasi en el seu desig de sociabilitat. Tensió que, lògicament, es fa extensible a les seves anàlisis sobre l'origen i la naturalesa de la societat i les diverses formes d'organitzar-la. Així, d'una banda, la societat seria producte tant de la necessitat d'aconseguir béns i seguretat com dels impulsos sexuals i reproductius que tenim en tant que animals; de les naturals pulsions sexuals que uneixen els éssers humans i els mantenen units fins que sorgeix un nou lligam derivat de la necessitat i el comú interès per alimentar i criar la prole comuna (*Ibidem*, III, 1 : 454). D'altra banda, però, també seria producte de la tendència innata a la sociabilitat. I és que Hume emfasitza que

Muy lejos de pensar que los hombres no sienten afecto por nada que vaya más allá de ellos, opino que [...] es difícil no hallar una persona en quien todos los afectos reunidos no superen al egoísmo. (*Ibidem*, III : 455).

Tanmateix, aquesta tendència a la sociabilitat no és suficient: els nostres vincles socials abasten un cercle reduït, car només som capaços d'estimar i valorar un nombre limitat de persones. Ara bé, sense vincles socials perdurables i extensos no hi ha seguretat possible ni tampoc cap possibilitat de regular la satisfacció dels nostres desitjos, que són virtualment il·limitats.

L'única sortida raonable és que la creació d'un ens —el govern— a qui els individus acorden atorgar la facultat de dictar lleis i, si cal, d'imposar-les coactivament. Només així s'aconseguirà garantir la vida, la seguretat, el benestar... i la propietat. Element, aquest darrer, que és entès com una

Convención realizada por todos los miembros de la sociedad con el fin de conceder estabilidad a los bienes externos y permitir a cada uno el disfrute pacífico de lo que puede adquirir por su suerte y su laboriosidad. (*Ibidem*, III, 1 : 457).

Però que esdevé no tan sols útil, sinó del tot necessària:

Nadie puede dudar de que la convención para la distribución de la propiedad y para la estabilidad de su posesión es, de todas las circunstancias, la más necesaria para el establecimiento de la sociedad. (*Ibidem*, III, 2 : 459).

Més encara: la justícia és el resultat —i *no* pas l'origen o la causa— de l'establiment del pacte social i de la propietat:

La justicia deriva su origen sólo del egoísmo y de la limitada generosidad de los hombres, juntamente con la escasa provisión con la que la naturaleza ha subvenido a sus necesidades. (*Ibidem*, III, 2 : 462).

Però, per què és tan important? Bàsicament, per controlar i regular la violència i el caos que neixen de la tendència irrefrenable a adquirir béns per qualsevol mitjà, però també perquè és la millor manera de garantir una —si més no, relativa- abundància de béns i recursos. S'estableix, doncs, un lligam entre propietat i productivitat. Tanmateix, Hume no aprofundeix tant com Locke en l'abast que pot arribar a tenir la noció de propietat, ni tampoc a detallar el vincle que s'estableix entre aquesta i l'individu, tot limitant-se a afirmar que consisteix en alguna mena d'influència que els béns i les coses tenen sobre la ment i l'acció (*Ibidem*, III, 6 : 489-490). Per tant, si bé fa de la propietat un dret natural estretament i indissolublement lligat a la naturalesa de l'individu i si, a més, existeix un lligam entre aquesta i la prosperitat, la noció que n'utilitza és massa genèrica com per a afirmar que el seu discurs contribueix a legitimar el capitalisme.

### **Adam Smith**

Adam Smith fou el principal fundador de l'economia que —no per casualitat— anomenem 'clàssica' i, alhora, un defensor claríssim del liberalisme, tant a nivell polític com, per descomptat, econòmic. La seva obra més coneguda és *La riquesa de les nacions*<sup>81</sup>, on proposa una visió científica de l'economia que parteix de la tesi que la font principal de riquesa no rau en l'agricultura ni en l'abundància de matèries primeres, sinó en la productivitat, que només s'assoleix si hi ha una divisió del treball, en virtut de la qual cadascú s'especialitzi en allò que millor sap fer, i en l'existència de mercats lliures, on el joc de l'oferta i la demanda reguli els preus i privilegiï els productors i comerciants més eficients. Més encara: en oberta contradicció amb les tesis del mercantilisme, la doctrina econòmica dominant durant els segles XVII i principis del XVIII, postula que el lliure comerç internacional, en permetre que cada territori s'especialitzi en allò que és més capaç de produir millor, acaba sent molt més beneficiós que no pas el proteccionisme.

---

<sup>81</sup> L'original, titulat *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, fou publicat l'any 1776.

No menys reconegut és que Smith aspira a fonamentar aquesta defensa aferrissada del lliure comerç i de l'economia privada en una determinada visió de l'ésser humà: la d'un individu —per tant, un ens autònom, no un mer membre d'un col·lectiu o un tot social— que, de forma gairebé inevitable, cerca els seus interessos egoistes. Un egoisme que, lluny de perjudicar l'activitat econòmica i el benefici general, els propicia, els fa possibles:

No es la benevolencia del carnicero, el cervecero o el panadero lo que nos procura nuestra cena, sino el cuidado que ponen ellos en su propio beneficio. No nos dirigimos a su humanidad sino a su propio interés, y jamás les hablamos de nuestras necesidades sino de sus ventajas. (*Investigaciones de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Llibre I, cap. 2 : 105).

A més, i per paradoxal que sembli, la societat —entesa, tàcitament, com una suma d'individus egoistes— en surt beneficiada, d'aïtals inclinacions, perquè el mercat, mitjançant el mecanisme de l'oferta i la demanda, esdevé una mena de mà invisible que fa que la consecució del benestar i els interessos individuals redundi en el benestar general, de manera molt més eficient que no pas qualsevol política explícitament adreçada a assolir aquesta fita:

Los ricos [...] consumen apenas más que los pobres, y a pesar de su natural egoísmo y avaricia, aunque sólo buscan su propia conveniencia, aunque el único fin que se propone es la satisfacción de sus propios vanos e insaciables deseos, dividen con los pobres el fruto de todas sus propiedades. Una mano invisible los conduce a realizar casi la misma distribución de las cosas necesarias para la vida que habría tenido lugar si la Tierra hubiera sido dividida en porciones iguales entre todos sus habitantes, y así sin pretenderlo, sin saberlo, promueve el interés de la sociedad. (*Op. Cit.*, IV, 2 : 518).

Afirmacions com les anteriors han esdevingut enormement populars, —ja sigui per defensar-les o criticar-les—, dins i fora de l'àmbit acadèmic. En canvi, és molt significatiu que la seva altra gran obra —*La teoria dels sentiments morals*<sup>82</sup>— sigui força menys coneguda, si més no pel gran públic. Constatació que, lògicament, es fa extensible a les tesis que allà sosté i argumenta i que de ben segur depararien no poques sorpreses a bona part dels seus defensors i detractors.

I és que aquesta obra, on Smith elabora tot un discurs filosòfic articulat i en estret contacte amb altres pensadors de l'època, especialment amb Hume, arrenca d'una visió profundament social de l'ésser humà segons la qual, a més de necessitar el contacte amb els altres per tal de satisfer les necessitats personals, cerquem la seva companyia i afecte:

La naturaleza, cuando formó al ser humano para la sociedad, lo dotó con un deseo original de complacer a sus semejantes y una aversión original a ofenderlos. Le enseñó a sentir placer antes u

---

<sup>82</sup> La primera edició de l'obra original, titulada *The Theory of Moral sentiments*, fou publicada l'any 1759.

consideración favorable y dolor antes u consideración desfavorable” (*La teoría de los sentimientos morales*, parte III, cap. 2 : 230).

La base d’aquesta sociabilitat natural és la ‘simpatia, entesa com la capacitat de posar-nos en el lloc de l’altre i, tot imaginant llur estat anímic, identificar-nos-hi:

En toda pasión que el alma humana es susceptible de abrigar, las emociones del espectador siempre se corresponden con lo que, al colocarse en el mismo lugar, imagina que son los sentimientos que experimenta el protagonista. (*Op. Cit.*, I, secc. I, cap. 1 : 51).

Ara bé, és justament gràcies a aquesta tendència innata a la ‘simpatia’ que examinem els nostres actes, i fins i tot les nostres intencions, a la llum aliena. El resultat és que valorem positivament allò que, segons imaginem, aprovarien els altres, i que, a l’inrevés, experimentem una aversió vers allò que suposadament els altres reprovarien. I és que

El principio según el cual aprobamos o desaprobamos nuestro propio comportamiento es exactamente el mismo por el que ejercitamos los juicios análogos con respecto a la conducta de otras personas. Aprobamos o reprobamos el proceder de otro ser humano si sentimos que, al identificarnos con su situación, podemos o no podemos simpatizar totalmente con los sentimientos y motivaciones que lo dirigieron. Del mismo modo, aprobamos o desaprobamos nuestra propia conducta si sentimos que, al ponernos en el lugar de otra persona y contemplarla, por así decirlo, con sus ojos y desde su perspectiva, podemos o no podemos asumir totalmente y simpatizar con los sentimientos y móviles que la influyen. (*Ibidem*, III, 1 : 221).

Som, doncs, éssers moguts merament per la vanitat, pel desig de complaure i causar una bona impressió? En absolut. Adam Smith deixa ben clar que tot i que la vanitat és, sovint, un mòbil significatiu de l’acció humana, el grau en què aprovem o desaprovem la nostra conducta depèn, fonamentalment, de l’observador imparcial’, és a dir, de quin judici imaginem que en faria una persona amb qui no ens uneix cap vincle i que, per tant, només empraria elements objectius. És a partir d’aquest observador, i no pas d’algú de qui busquem l’aprovació o l’afalac, que jutgem els dels nostres actes, fins al punt que només experimentem un autèntic plaer amb la nostra conducta si estem convençuts que mereix ser aprovada objectivament, i això encara que ningú no ens ho reconegui, mentre que, per contra, ens desplaia profundament rebre una lloança que, en el nostre fur intern, sabem que no mereixem:

Sucede a menudo [...] que conforta auténticamente el pensar que nuestra conducta, aunque no haya recibido en la práctica aplauso alguno, lo habría merecido, y se ha ajustado en todos los aspectos a las normas y medidas por las cuales el elogio y la aprobación son concedidos de forma natural” (*Ibidem*, III, 2 : 228-229).

Per tant, no tan sols tenim el desig de ser aprovats pels altres, sinó també d'estar a l'alçada d'allò que nosaltres mateixos valorem i aprovem en altres persones (*Ibidem*, III, 2 : 230).

El desig d'aprovació, entès en els termes que acabem de veure, constitueix no tan sols la base de la sociabilitat humana, sinó també, i pels mateixos motius, la base de la conducta moral. Arribats a aquest punt, el nostre autor puntualitza que, si bé és cert que mitjançant la capacitat de raonar som capaços d'identificar els principis generals sobre allò que és just i allò que no ho és, el seu veritable origen rau en els sentiments, que sempre s'originen a partir de casuístiques concretes:

Las máximas generales de la moral se forman, como todas las demás máximas generales, a partir de la experiencia y la inducción [...] [porque] aunque la razón es indudablemente la fuente de las reglas generales de la moral y, de todos los juicios morales (...) es totalmente absurdo e ininteligible suponer que las primeras percepciones del bien y del mal puedan ser derivadas de la razón. (*Ibidem*, VII, III, 2 : 541-542).

Recapitem, doncs: tenim, d'una banda, que l'individu que es mou fonamentalment per motivacions egoistes, i que fins i tot quan actua correctament ho fa per interès propi; per exemple, no mentin sobre la qualitat d'un producte per tal de no perdre la confiança dels clients. Però, d'altra banda, tenim l'ésser humà que cerca la sociabilitat i la recerca del bé, tot emprant la raó per tal de formular judicis morals genèrics i, sobretot, fent ús de la seva predisposició a identificar-se amb les bones accions i rebutjar les dolentes gràcies al plaer que ens proporciona creure que s'ajusten a allò que un observador imparcial consideraria just i adient. Òbviament, entre aquestes dues visions hi ha una forta tensió que, si més no a priori, resulta difícilment compatible.

Tanmateix, Adam Smith ho intenta, i hi dedica no pocs esforços. No entrarem aquí a valorar fins a quin punt ho aconsegueix, sinó que ens centrarem en com ho argumenta. Ho fa, bàsicament, afirmant que l'amor propi i la moral són compatibles perquè hi ha una afinitat entre la lògica del mercat i la de les nostres relacions socials: de la mateixa manera que el mercat premia els comportaments que afavoreixen la productivitat i l'adequació a les demandes i necessitats de la gent mentre que desincentiva —és a dir, fa que no tinguem compradors i, per tant, no guanyem diners— tota conducta que no s'adeqüi al que la gent vol i que no es faci de manera eficient i competitiva, la naturalesa ens ha dotat d'unes inclinacions que ens menem a cercar el bé i evitar el mal. I això no tant perquè intentem seguir uns suposats ideals, sinó perquè experimentem un plaer innat si ens comportem de manera tal que pugui ser valorada positivament, mentre que, per contra, sentim un rebuig si no ho fem. Fixem-nos, a més, que en ambdós casos, no hi ha cap necessitat de seguir un raonament explícit, ni menys encara que ningú ens digui què hem de fer. I és que, al capdavant, tant la naturalesa com el mercat segueixen una lògica pròpia, capaç de compatibilitzar el bé de tots amb la recerca del benestar de l'individu. I, insistim-hi, tot això sense que n'haguem de ser conscients.

Sota i el caos i l'arbitrarietat aparents hi ha, doncs, un ordre profund. Un ordre, però, impossible de copsar del tot i que, per tant, ningú no pot planificar ni dirigir, per més intel·ligent i benintencionat que sigui. D'aquí que Smith es malfici del poder del govern, tot propugnant limitar-lo a la sobirania, la seguretat i el compliment de les lleis:

El soberano queda absolutamente exento de un deber tal que al intentar cumplirlo se expondría a innumerables confusiones, y para cuyo correcto cumplimiento ninguna sabiduría o conocimiento humano podrá jamás ser suficiente: el deber de vigilar la actividad de los individuos y dirigirla hacia las labores que más convienen al interés de la sociedad . (*Investigaciones de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, IV, 9, p. 588).

Amb tot, resulta significatiu que, tal i com apuntàvem abans, les tesis més impacte han tingut són les que posen l'èmfasi en les virtuts del lliure mercat i en la cerca de l'interès personal com quelcom no tan sols inevitable, sinó també útil i positiu, mentre que les seves reflexions sobre la moral fonamentada en la sociabilitat humana han tingut menys ressò. Un tema que, més enllà de la major o menor fortuna de l'autor a l'hora de posar l'accent en una o l'altra, té, molt probablement, força a veure amb el context dels segles XVIII i XIX i, més concretament, amb el triomf indiscutible del capitalisme.

### **Capitalisme, Estat i individu en la tradició empirista i il·lustrada**

Passem tot seguit a analitzar les possibles relacions entre aquests discursos i l'Estat i el capitalisme. Abans, però, caldrà veure les diferències i analogies entre els autors estudiats. En aquest sentit, són especialment remarcables les divergències entre el pessimisme antropològic radical de Hobbes i la visió, força més optimista, d'un Locke o d'un Smith, segons els quals la voluntat i, sobretot, el desig de viure en societat són trets profundament arrelats en cadascú. Més encara: segons aquests darrers, la recerca del plaer, les necessitats i el benestar individuals no són pas incompatibles, si més en principi, amb el benestar comú; de fet, l'afavoreixen. A condició que les lleis siguin justes i el poder del sobirà sigui limitat i no arbitrari. I és que, al capdavall, d'aquesta diferent visió de l'individu se n'extreuen conclusions no menys diferents sobre l'abast del poder que ha de tenir el sobirà: absolut i incondicional, segons Hobbes; limitat i susceptibles de ser modificat i, fins i tot revocat, segons Locke, Hume i Smith, mitjançant lleis que n'acotin i regulin l'abast i, sobretot, mitjançant la separació de poders i unes regles d'equilibri entre ells. Així, els individus i la societat en general estaran protegits de tota possible arbitrarietat o excés del govern.

Idees, totes elles, que han exercit una influència cabdal en la història de les doctrines polítiques i, en especial, en les revolucions de caire signe liberal i burgès. Així, i per posar només un exemple



paradigmàtic, la Declaració d'Independència dels Estats Units, l'any 1776, beu directament dels textos de Locke.

Menys reconeguda és la influència de les tesis de Hobbes. Una influència que, no obstant això, ha estat important. I és que, tal i com mostra Carl Schmitt<sup>83</sup>, els dictadors i els defensors d'un Estat fort troben en el *Leviatan* les bases analítiques i conceptuals adients. I, el que potser és encara més important, ha aportat una justificació del poder modern —i no només el de caire absolutista, sinó també el d'orientació liberal<sup>84</sup>— fonamentada en la naturalesa humana, en l'apetència virtualment il·limitada de béns, reconeixement i poder que, en contrast amb uns recursos finits, porta a la malfiança absoluta i la guerra de tots contra tots.

Les diferències, doncs, hi són. Tanmateix, no podem oblidar les concordances, sovint gens explícites però molt profundes. En primer lloc i com a punt de partença, una voluntat de repensar el llegat intel·lectual sobre què és l'ésser humà, i fins i tot de començar de zero, tot adaptant a l'àmbit humà les tesis i l'enfocament epistemològic que Galileu, Kepler i Newton van aplicar, amb un èxit aclaparador, a la física i l'astronomia. Així, Hobbes, Locke, Hume i Smith comparteixen la ferma determinació d'analitzar amb rigor conceptual no allò que *hauríem de ser* els humans, sinó *allò que realment som*. Sense apriorismes i, sobretot, sense raonaments de caire metafísic<sup>85</sup>.

En segon lloc, i fruit d'aquest enfocament tan emmirallat en les descobertes i les eines epistemològiques de les ciències naturals, hi ha una tendència a entendre l'ésser humà com un ens que funciona segons unes pautes preestablertes, segons una lògica inherent, que o bé determina totalment els seus impulsos i conducta —Hobbes— o, si més no, fa que siguin, a grans trets, previsibles i, per tant, susceptibles de ser analitzats, conceptualitzats i emprats com a base per a fer prediccions (Hume i Smith).

En tercer lloc, també hi ha una certa concordança en entendre l'individu com un ens que precedeix la societat i que n'és el fonament últim. Reconeixen que, tal vegada, això no ha estat ben bé així a nivell empíric, és a dir, en la història real de la humanitat, però sí que s'aferrin a aquesta opció a títol de raonament lògic. Tots ells parteixen del paradigma analític de les ciències físiques, que rau en dividir l'objecte d'estudi en les parts que el constitueixen per passar, després, a entendre'l a partir dels trets d'aquestes parts, i l'apliquen a l'àmbit humà: la societat és el resultat de la suma dels seus

---

<sup>83</sup> Sobre el significat i abast del Leviatan, vegeu: Carl Schmitt. *El Leviatán en la doctrina del Estado de Thomas Hobbes*. México D.F.: Fontamara, 2002. Sobre la naturalesa i funcions de la dictadura, vegeu: Carl Schmitt. *Dictadura: desde los comienzos del pensamiento moderno hasta la lucha de clases proletaria*. Madrid: Alianza, 1999.

<sup>84</sup> Al capdavant, i tal i com argumenta Carl Schmitt a *El Leviatán en la doctrina del Estado de Thomas Hobbes* (2002), l'enfocament de Hobbes, basat en fer de la garantia del dret a la vida i la seguretat el fonament últim del poder del sobirà, obre la porta a una concepció individualista de la política i, per tant, al liberalisme.

<sup>85</sup> Amb tot, cal fer notar que les referències a Déu sovintegen, molt especialment en el cas de Locke. Tanmateix, aquests elements d'ordre transcendent no només no invalidarien les recerques empíriques i la lògica mecànica de la realitat sinó que, als al contrari, en serien el fonament últim.

membres; per tant, les característiques de la vida en comú i de les institucions polítiques es deriven clarament de les característiques dels seus 'àtoms socials', és a dir, els individus. Uns individus que —matis important— tenen, amb la parcial excepció de Hobbes<sup>86</sup>, una tendència innata a fruir del contacte amb els altres, a relacionar-s'hi i, fins i tot, a complaure'ls i buscar el seu reconeixement. Un ésser sociable, sí però que, abans que res, cerca la satisfacció de les seves necessitats i desitjos. I això no tant com a resultat d'un egoisme entès en termes morals, d'elecció conscient per allò que interessa a un mateix encara que vagi en detriment dels altres, sinó pel fet que la natura humana el determina o, si més no, el condiciona per a actuar així. De fet, fins i tot la necessitat de contacte i reconeixement social són fruit de les característiques de l'individu, i no pas una realitat produïda pel seu entorn social i cultural.

El quart element de coincidència, i que resulta absolutament decisiu a l'hora de perfilar l'aposta per l'individualisme, és el postulat segons el qual tot individu té uns determinats drets; uns drets que són universals —tots els tenim—, innats i inalienables, és a dir, que no els podem perdre fins i tot encara hi renunciéssim. Certament, hom pot al·legar que el poder absolut del Leviatan de Hobbes suposa la negació d'aitals drets per part d'aquest pensador. Tanmateix, i tal i com hem pogut veure, en el seu esquema tota la lògica del poder de l'Estat es basteix en funció de la defensa del dret a la vida i a la seguretat, cosa que suposa, tal i com encertadament comenta Carl Schmitt (2002), que la prioritat la té, en darrer terme, l'individu.

I, d'entre aquests drets inalienables, tots quatre autors, però molt en especial Locke, Hume i Smith, inclouen el dret a la propietat. I no pas com una qüestió menor, sinó com un autèntic puntal dels drets de l'individu i, també, de l'estabilitat social. Tant, que la seva garantia efectiva, incloent-hi la possibilitat de comprar-la, vendre-la i bescanviar-la, és una de les funcions bàsiques que ha d'assumir el governant. Cosa que, lògicament, legitima posseir-ne molt més del necessari per cobrir les necessitats o del seu conreu i treball. Arribats a aquest punt, però, cal fer constar que tots ells, inclòs Adam Smith, fan referències despectives a l'ansia desmesurada per acumular béns i riqueses, especialment si l'objectiu és fer-ne ostentació. Certament, l'economista escocès n'argumenta explícitament llur utilitat, però ho fa en termes gairebé científics, mecanicistes —les normes de funcionament del mercat fan que, paradoxalment, la cerca de riqueses esdevingui, al capdavall, més útil per al pobre que no pas l'altruisme del governant—, no pas en termes ètics.

Amb tots aquests elements, comencem a tenir elements per a valorar la coneguda tesi de Macpherson segons la qual

---

<sup>86</sup> Tal i com hem pogut analitzar a l'apartat 2.1., Hobbes no nega que hi hagi una inclinació social en l'ésser humà; de fet, posa el desig de reconeixement com un dels mòbils fonamentals de l'acció; tanmateix, ho analitza en el marc de la visió individualista dels desitjos i apetences, de la "pugna de riquezas, placeres, honores u otras formas de poder"(Hobbes, 2005, cap. XI, . 116).

La sociedad se convierte en un hato de individuos libres e iguales relacionados entre sí como propietarios de sus propias capacidades [...]. La sociedad política se convierte en un artificio calculado para la protección de esa propiedad. (C. B. Macpherson, 1970 : 16).

Concretament, i en base al que s'ha analitzat fins ara, podem establir que aital postulat és cert, però al mateix temps discutible en tant que massa limitat: d'una banda, és veritat que en el gruix de l'argumentari aquí estudiat hi trobem no tan sols una defensa de la propietat entesa com allò necessari per cobrir les necessitats, sinó també com quelcom que es pot comprar i vendre ; que, aital concepte de propietat es fa extensible al propi cos —en forma de vendre llurs capacitats en el si del mercat de treball— ; que la noció d'allò que més valorem a nivell existencial — la vida, la llibertat— segueix i s'inspira en el model de tinença de la propietat (Charles Taylor, 2006 : 271); i, sobretot, que aquest dret a la propietat és tan important que fonamenta i justifica, si més no en molt bona part, el pacte social que dona lloc a la societat civil i al poder legítim.

D'altra banda, però, fins i tot els més acèrrims defensors del mercat i la propietat, és a dir, Locke i Smith, esmercen no pocs esforços a argumentar que l'ésser humà és, alhora, un ésser preocupat per llurs necessitats i interessos i un ésser sociable que cerca l'aprovació dels altres i fins i tot l'obediència a un conjunt de regles morals. Macpherson només posa l'èmfasi en el pol individualista, en la visió empirista i il·lustrada d'un ésser humà que bàsicament cerca la consecució dels seus interessos (i, a tot estirar, els de la seva família i éssers propers), que tendeix, de manera inevitable, a acumular béns i propietats i que busca en el pacte social la manera d'assolir aquests objectius i evitar, alhora, els perills autodestructius que es deriven de llur naturalesa egoista, però obvia l'altra visió: la que veu en l'individu un ésser social —i, justament per això, també moral— , que necessita i frueix del contacte amb els altres. I, entre ambdós pols, hi ha una tensió que Macpherson no analitza.

Una tensió que té un clar paral·lelisme amb la que, en l'Estat i el capitalisme moderns, es dona entre la limitació del poder per tal de preservar els drets individuals i, més concretament, llur dret a posseir i enriquir-se enfront les comunitats tradicionals, d'una banda, i la tendència a incidir en tots els aspectes de la vida col·lectiva, i fins i tot en la individual: el monopoli legítim de la violència, la creació d'un potent discurs legitimador mitjançant institucions com ara l'escola, els nous equipaments culturals i, a partir de mitjans del segle XIX, la premsa, així com el control dels cossos i les ments a mans d'institucions modernes com els hospitals i els centres psiquiàtrics, configuren un potent, i innovador, marc de control *total* i *normalització* dels individus que serveix, alhora, per a homogeneïtzar conductes i per a jerarquitzar la població en funció del grau d'assoliment o de desviació d'aquesta normalitat. Des d'aquesta òptica, els posicionaments dels filòsofs serien la plasmació i, al mateix temps, la legitimació, del pols individual i del pols normativitzador constitutius d'una mateixa realitat —l'estat i el capitalisme de la primera modernitat— que estan, certament, en tensió i en canvi constant., però que,

amb llurs oscil·lacions i moviments, esdevenen un ingredient essencial de la Modernitat clàssica. Però, com opera aquesta convergència entre pols en tensió?

Com hem vist, i amb els matisos que calguin, tots aquests autors veuen en l'ésser humà un ens amb passions i inclinacions que es deriven de llur inevitable —i en absolut censurable— tendència a satisfer llurs necessitats i desitjos, d'on conclouen que, per tal de preservar l'ordre social i garantir la prosperitat, el que pertoca no és tant reprimir-los, sinó reconduir-los adequadament. Com? Les respostes, òbviament, són diferents, però, en major o menor grau, hi ha una aposta clara per jugar hàbilment amb les nostres inclinacions per neutralitzar-ne els efectes més negatius, com ara reconduir la tendència a acaparar béns i diners per a garantir la prosperitat general (Locke i Smith) o el desig de reconeixement per a la conducta moral (Hume i, sobretot, Smith). Amb tot, l'eina principal és l'aparició d'un element que fa de pont entre les inclinacions i passions individuals i la raó abstracta (titllada, en gairebé tots els casos, d'ineficax): els interessos, entesos no només en el sentit pecuniari del terme, sinó com tot allò que pugui afavorir els objectius de cadascú, a la llum de l'examen de la seva situació real. Doncs bé, hi ha en aquests autors una aposta per cercar aquell tipus de govern, legislació i ordre social que afavoreixi una correcta regulació de les passions tot apel·lant més als interessos que a nocions abstractes. Des d'aquesta perspectiva, els pensadors il·lustrats veien en el mercat i l'incipient capitalisme una fórmula per reconduir les pulsions destructives i aconseguir així un major grau d'integració (Hirschman, 2014 : 174-175) Una hipòtesi plenament coincident amb la de Charles Taylor:

El avance de esta nueva valoración de la vida comercial se podría trazar también en la en la recesión de la aristocrática ética del honor, en la que se acentuaba la gloria ganada en la profesión militar. Claro que ello no se logró sin lucha, y una de las controversias vigentes en el siglo XVIII, al menos en Inglaterra, fue la batalla que disputaron esas dos posturas éticas. La postura "burguesa" acentuaba los bienes de producción, una vida ordenada y la paz: en resumen, acentuaba las actividades de la vida corriente. La otra acentuaba las virtudes de la vida cívica, el afán por asegurar fama y renombre, y otorgaba un papel central a las virtudes guerreras. (Charles Taylor. Las fuentes del yo: la construcción de la identidad moderna, 2006 : 394).

Una hipòtesi que sembla força coincident amb el que hem pogut analitzar fins ara. El resultat és un bon exemple de la paradoxa dels resultats no previstos de l'acció social i de les idees: bona part de l'argumentari que avui legitima l'afany possessiu i la racionalitat instrumental neix, en realitat, de l'intent de crear un pont —els interessos— entre les passions, d'una banda, i la raó i l'ètica, de l'altra, que evités les violentes confrontacions que assolaven Europa. Més concretament, amb l'aleshores emergent noció d'interès, hom assisteix a una revalorització del comerç i el lucre, així com la idea que l'economia ha de ser una esfera autònoma, regida per normes, costums i pautes específiques. Idees que, potser sense pretendre-ho clarament, serviren per a impulsar i legitimar el capitalisme.

### El Romanticisme: una breu introducció

Pretendre definir i acotar el Romanticisme d'una manera precisa i unívoca és quelcom que no resulta factible. D'entrada, perquè no estem davant un corrent o escola de pensament clarament definit<sup>87</sup>, sinó davant d'un moviment complex, heterogeni i de marges poc precisos, que abasta des de la filosofia a la poesia, passant per la pintura o la teoria política. Però també perquè, tal i com exposa Isaiah Berlin<sup>88</sup>, un dels seus trets definitoris és, justament, qüestionar l'afany il·lustrat i positivista de cercar certeses, nocions unívokes i lleis inexorables; ans al contrari: el Romanticisme té una actitud d'obertura vers la complexitat; fins i tot, d'aposta per un coneixement superior, que transcendeixi allò que hom pot copsar pels sentits i per la raó i que, inevitablement, conté una part de misteri, de quelcom inefable i impossible d'acotar i definir amb precisió.

Doncs bé, tal vegada és justament en aquest astorament davant allò inefable on és possible trobar un denominador comú, una fita compartida dins la gran diversitat que caracteritza aquest moviment: es tractaria d'intentar copsar —més ben dit, experimentar i viure— allò que va més enllà dels conceptes racionals o dels sentits, car correspon a “una idea de totalitat, de la totalitat de l'existent” (Mateu Cabot, 2009 : 39). I, “com que ens movem més enllà dels límits en què es pot assegurar alguna cosa, sia en el coneixement, sia en la pràctica social, aleshores la recerca no tindrà fi, sempre estarà oberta a nous oceans per navegar” (*Ibidem*, : 45-46).

Una aspiració a la totalitat, doncs, que és al mateix temps indefugible i impossible d'assolir, cosa que genera una consciència del destí tràgic de tot aquell que vulgui transcendir els límits de la raó i la ciència. Així doncs, un denominador comú serà

La constante tensión trágica entre el Héroe y el Único, entre el hombre heroico que desafía la fragmentación del mundo —desafiando, por tanto, a la humanidad misma que se halla complacida o resignada ante tal situación— y su inalcanzable anhelo de plenitud. (Rafael Argullol, 2008 : 122).

Aquest home que ‘desafia la fragmentació del món’ és, en efecte, un dels trets cabdals d'aquest corrent. I és que davant un món fragmentat, cada cop més desencisat —és a dir, sotmès a l'imperi de la raó i de l'experimentació i, per tant, entès com un complex mecanisme mancat de tot misteri i de

---

<sup>87</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió: mateu Cabot. *L'ànima romàntica: Claus interpretativ es per entendre el romanticisme*. Palma de Mallorca: Leonard Muntaner, 2009, especialment p. 10-29.

<sup>88</sup> Vegeu: Isaiah Berlin. *Las raíces del romanticismo*. Madrid: Taurus, 2014. Més concretament, a les p. 50-57 exposa que el romanticisme trenca amb les tres pressuposicions centrals que havien marcat el gruix del pensament occidental, fos quina fos la corrent concreta de pensament: (a) totes les preguntes autèntiques, és a dir, ben formulades, tenen, en principi, resposta; (b) cada resposta pot ser coneguda i transmesa; (c) les diverses respostes són compatibles entre elles.

tota possible transcendència (Max Weber, 2014)—, l'individu romàntic es rebel·la, es situa al marge de les convencions socials per tal d'emprendre la seva tasca captivadora i impossible alhora. I, en fer-ho, descobreix el seu jo, un jo profund, a vegades misteriós i inefable i, en tot cas, diferent del dels altres. Tant, que hom arriba a sentir-se estrany, estranger. El jo profund provaria, sempre infructuosament, de donar-se a conèixer en societat, però es trobaria davant un mur d'incomprensió, de convencionalismes i d'artifici. D'aquí que la societat passi a concebre's com quelcom separat, o fins i tot contraposat, a l'individu (Norbert Elias, 2000).

Un jo profund que no es limitaria a intentar copsar la realitat emprant el "cor" en comptes de la raó. Contràriament a la imatge popular, el Romanticisme no es redueix a una defensa dels impulsos, les emocions i estats anímics interiors. No estem davant una mera crítica a la raó moderna i una reivindicació de tot allò que no sigui racional, sinó que llur aportació central va per una altra via: es tracta, bàsicament, de defensar que l'individu —si més no, alguns individus dotats d'una sensibilitat especial— poden crear, configurar, noves realitats.

Però, quins són aquests individus dotats d'una sensibilitat que els fa especials, únics? Fonamentalment, els artistes. En concordança amb el rebuig als intents dels pensadors il·lustrats per reduir la realitat a quelcom cognoscible a través de la raó i contrastable experimentalment, l'art esdevé una finestra privilegiada per experimentar la realitat inefable a què abans fèiem referència. Per tant, caldrà estar amatents a aquelles aportacions sobre la noció d'individu que provinguin de diverses disciplines artístiques. En especial, de la novel·la i l'autobiografia. Aquest darrer, per les implicacions que suposa llur aparició; i el primer, per la seva importància cabdal com a vehicle no tan sols transmissor, sinó fins i tot creador d'una nova sensibilitat, centrada en la reivindicació de la quotidianitat i en la introspecció individual, capaç, a més, d'arribar al gran públic.

Al gran públic, en efecte. I és que la combinació de diversos factors —els progressos en l'escolarització d'un nombre creixent de persones, les noves vies de comunicació, com ara el ferrocarril, l'edició i distribució de llibres i de premsa a gran escala i, sobretot, la consolidació de l'Estat-nació—, genera una nova realitat, una "esfera pública" (Habermas, 1982) que permet a l'escriptor, l'artista i intel·lectual, adreçar-se al gran públic o, si més no, a la nova burgesia emergent, sense haver de dependre dels aristòcrates i de la cort reial. Per primera vegada en la història, les novel·les permeten difondre noves idees, actituds i sensibilitats entre un públic extens, heterogeni i molt nombrós. Les elucubracions sobre diverses qüestions —i, entre elles, les que versen sobre el subjecte—, ultrapassen els murs de les universitats o dels reduïts cercles socials en què monarques, aristòcrates i un petit nombre de burgesos selectes es reunien. A partir d'aquest moment, doncs, arriben directament a amples capes de la població. Un canvi substancial al qual caldrà parar esment.

## Jean-Jacques Rousseau

Hom tendeix a ubicar Rousseau en una posició de baula entre el pensament il·lustrat i el romàntic, amb una primera fase que correspondria a l'època il·lustrada, i una segona a la romàntica. En aquest context, el *Contracte social*<sup>89</sup> pertany a la primera i, de fet, hi trobem un seguit d'elements que ens resultaran familiars. D'entrada, ho és pel seu propòsit explícit d'examinar de manera científica i curosa com és la naturalesa humana com a pas previ i indispensable per a formular qualsevol proposta política social:

Vull cercar si en l'ordre civil hi pot haver alguna regla d'administració legítima i segura, tot prenent els homes tal com són i les lleis tal com poden ser. (*Del contracte social o principis del dret polític, Llibre I : 43*).

Igualment il·lustrada és la pretensió de crear un ordre social nou fonamentat en bases més justes i, alhora eficaces:

Trobar una forma d'associació que defensi i protegeixi amb la força comuna la persona i els béns de cada associat, i per la qual cadascun, unint-se a tots, no obeeixi, emperò, ningú més que a sí mateix. (*Op. Cit.*, I : 54).

I ho és per, com a mínim, dos motius: en primer lloc, per la idea –intrínsecament moderna– de fer tabula rasa amb el passat i crear quelcom nou; en segon lloc, per la aspiració, no menys moderna, a emprar la raó no només per a fins teòrics i especulatius, sinó també de caire ben pràctic, és a dir, per a millorar substancialment la vida dels individus i les societats.

On sí comencem a trobar un tret que distingeix clarament aquest pensadors dels altres que hem analitzat és en les propostes concretes que planteja i l'argumentació que li serveix de base. Així, i centrant-nos en la vida en societat i la propietat, hi trobem una visió no només més pessimista, sinó també diferent. D'una banda, és ben cert que accepta la propietat privada, sempre i quan

No estigui encara habitat per ningú; segonament, que se n'ocupi tan sols la quantitat necessària per subsistir; en tercer lloc, que se'n prengui possessió no per cerimònia vana, sinó pel treball i el cultiu, únic senyal de propietat que, a falta de títols jurídics, ha de ser respectat per altri. (*Ibidem*, I : 60-61).

Però, d'altra banda, no és menys cert que, quan en cerca l'origen i les conseqüències, el seu to es fa més obertament pessimista. Amb la propietat neix la noció d'allò que és "meu" enfront d'allò que no ho és:

---

<sup>89</sup> L'original en francès, titulat *Du contrat social*, aparegué el 1762.

El verdadero fundador de la Sociedad civil fue el primer hombre que, tras cercar una porción de tierra, tuvo la ocurrencia de decir 'esto es mío' y dio con gente lo suficientemente simple como para hacerle caso" (*Discurso sobre el origen y fundamentos de la desigualdad entre los hombres y otros escritos*. 2005, Libro II : 207)<sup>90</sup>.

I aquesta divisió dona lloc a l'aparició de la desigualtat, la inseguretat i la necessitat d'un ordre coercitiu, que seria la *conseqüència* de la propietat privada i l'ordre social a què dona lloc, i no pas la *condició de possibilitat* de viure en societat. Més encara: les lleis i les institucions garanteixen l'ordre social, sí, però a costa de forjar noves cadenes i de generar desigualtats:

Creó nuevas ataduras al pobre y nuevos poderes al rico; destruyó irrecuperablemente la libertad natural, fijó eternamente la ley de la propiedad y la desigualdad, convirtió la astuta usurpación en derecho inalterable y, para ventaja de unos pocos individuos ambiciosos, sometió la humanidad entre al Trabajo, la esclavitud y la miseria a perpetuidad. (*Ibidem*, II : 221).

Lluny de postular la noció d'un progrés històric que menaria de l'estat salvatge i insegur de naturalesa a un de pròsper i segur, Rousseau hi veu, per contra, un empitjorament, que és material — en forma d'increment de les desigualtats i de la inseguretat— però sobretot moral. I, també, polític. La tirania i la llei del més fort tendeixen a imposar-se a mesura que la societat es torna més complexa i les desigualtats es fan més abismals:

Considero cierto que el gobierno no empezó por el poder arbitrario, sino que éste es la depravación, el termino extremo del gobierno, que lo reconduce finalmente a la misma ley del más fuerte que al principio estaba destinado a substituir. (*Ibidem*, II : 228).

Per poder fer front als mals de la civilització, proposa establir un nou tipus de contracte social, on l'aglutinador central sigui la voluntat general, entesa no com la mera suma de voluntats individuals, sinó com allò que, al marge del suport empíric que en un moment donat pugui tenir entre la població, coincideixi amb el bé de la comunitat entesa com un tot. Cosa que implica que, a diferència de Locke, el tot social no està en funció de la preservació dels drets i interessos dels seus membres, sinó que són els seus interessos privats els que resten supeditats al bé comú, amb el benentès que, segons Rousseau, aquest darrer serà la veritable expressió dels drets dels individus<sup>91</sup>. L'anàlisi concret de les implicacions polítiques i socials d'aquesta tesi queda fora de l'abast de la present recerca; tanmateix, paga la pena fer constar que representa, un cop més, una inversió del raonament dels pensadors precedents, en tant en quant el bé comú és quelcom qualitativament diferent —i superior— a la suma d'interessos i necessitats dels individus.

---

<sup>90</sup> El llibre fou publicat per primera vegada el 1755, amb el títol *Discours sur l'origine et les fondements de l'inégalité parmi les hommes*.

<sup>91</sup> Certament, el significat i l'abast de la "voluntat general" rousseauiana és, encara avui, objecte de debat i controvèrsia. Per tant, la que hem presentat aquí breument és només una de les possibles interpretacions.



Provenen aquestes diferències, en darrer terme, d'una visió singular sobre l'ésser humà? En part, la resposta és negativa perquè les seves bases no són tan diferents. Així, Rousseau també parteix del supòsit que, si mes no a nivell lògic i conceptual, l'individu precedeix la societat i que, per tant, per entendre aquesta darrera cal prèviament conèixer el primer. D'altra banda, si bé és cert que s'allunya radicalment de Hobbes i Hume en postular l'existència de la compassió —és a dir, d'una emoció ja present al regne animal i anterior, doncs, a tot raonament— com a base de la moral i en afirmar que,, en l'estat primigeni de naturalesa, l'individu, lluny de ser egoista i cruel, és bo per naturalesa, no és menys cert que podem trobar tesis relativament coincidents en Locke i, en part, en Smith. A més, al capdavall, ell no nega que l'ésser humà cerqui, d'entrada, aconseguir allò que necessita per a garantir la seva supervivència i perseguir les seves fites, car

La seva llei primera és de vetllar per la pròpia conservació; les primeres atencions són les que es deu a si mateix, i així que arriba a l'edat de la raó com a jutge únic dels mitjans més adients per conservar-se, esdevé el seu propi amo" (*Del contracte social...*, I : 45).

En canvi, on trobem un camí divergent dels que fins ara hem observat és, en primer lloc, en un rebuig a l'enfocament mecanicista dominant:

La física puede explicar en alguna medida el mecanismo de los sentidos y la formación de las ideas; pero en el poder de querer o, por mayor decir, de elegir; y en el sentimiento de esa capacidad no puede encontrarse más que actos que son puramente espirituales y completamente inexplicables por las leyes del mecanismo. (*Discurso sobre el origen y fundamentos...* : 184).

En segon lloc, Rousseau fa una defensa del sentiment com a base del judici moral:

Nuestras pasiones son el principal medio de la autoconservación; por lo tanto, intentar destruirlas es tan absurdo como inútil. (*Emilio, o de la educación*, IV, p. 173).

Compte, però! Rousseau no és pas l'únic en postular que l'origen dels judicis morals no parteix de les raons sinó de les passions (això ja ho feien, recordem-ho, Hobbes, Hume i Smith), ni tan sols en veure-les de manera positiva (noció que també apareix en Smith). La diferència, i la novetat, radica més aviat en negar —ne tota explicació mecanicista i, sobretot, en postular que el sentiment, allò que percebem que ens surt del "cor", ha de ser l'autèntica base de la moral i allò que dona validesa als nostres actes:

Atendamos a la voz interna del sentimiento; ¿qué mente sana puede negar su evidencia?" (*Emilio o de la educación*, IV : 237).

O també:

En vano discutiréis de esto conmigo; lo siento así, y este sentimiento me habla más persuasivamente que la razón que discute con él" (*Ibidem*, IV : 242).

Però és en una obra literària —*Les confessions*<sup>92</sup>— on hi trobem una visió de l'individu més innovadora. Tant, que de fet suposa l'inici d'una nova perspectiva que ja ultrapassa clarament els marcs empiristes i il·lustrats. Veiem-ho amb més detall: per començar, estem davant una autobiografia, un llibre que té per propòsit explicar-nos la seva vida i els seus pensaments, fins i tot els més íntims: "ce que j'ai fait, ce que j'ai pensé" (*Les Confessions*, p. 1). I és que allò que als nostres ulls sembla quelcom gairebé banal —escriure un llibre on expliquem la nostra vida i els nostres pensaments i sentiments— és, en termes històrics, un fenomen modern; un fenomen que precisament arrenca amb aquest llibre. I això, lluny de ser un tema anecdòtic o que únicament tingui un interès filològic, esdevé de gran importància perquè és alhora un símptoma i un catalitzador d'un fenomen incipient a les darreries del segle XVIII: la creixent importància del jo; i més concretament, del jo íntim, autèntic, suposadament contraposat al que mostrem en societat i que, justament per la seva sinceritat, esdevé quelcom valuós que cal plasmar per escrit i donar a conèixer. Aquest seria, en efecte, el rerefons que justifica escriure una autobiografia<sup>93</sup>, és a dir, una obra destinada a donar-lo a conèixer entre un públic potencialment enorme i, és clar, desconegut. Analitzem-ho amb una mica més de deteniment:

Amb l'autobiografia, hom dona testimoni de la importància del jo, sí, però no d'un jo entès merament com un individu que persegueix llurs interessos i que posa especial èmfasi en recordar i donar a conèixer allò que li ha anat passant en el decurs de la seva vida, sinó també, i sobretot, d'un jo que esdevé interessant en tant en quant els obre el seu "cor", el seu interior fins aleshores inconfessable: "je veux montrer à mes semblables un homme dans toute la vérité de la nature (...) tel que je fus" (*Ibidem*, p. 4). I és que allò que reivindica Rousseau no és tan sols una reivindicació dels sentiments i les passions —element que, tal i com hem vist, tampoc és tan innovador— sinó també una reivindicació del valor de la sinceritat, erigida, aquí, en rang moral suprem i, alhora, principi ontològic. Altrament dit: la sinceritat de què fa gala l'autor és tan important en ella mateixa que gairebé —o sense el gairebé— passa per sobre de qualsevol acte reprobable que hagi pogut cometre i, a més, atorga un caràcter de veracitat més important que la tradicional noció de veritat entesa com l'adequació entre la tesi i la realitat. Al capdavall, afirmar que "j'ai pu supposer vrai ce que je savais avoir pu l'être, jamais ce que je savais être faux" (*Ibidem*, p. 4), suposa avantposar la fidelitat als sentiments i percepcions subjectives a la contrastació i anàlisi objectives.

---

<sup>92</sup> Escrita el 1770 i publicada pòstumament el 1782.

<sup>93</sup> Segons exposa Philippe Lejeune al seu llibre *Le pacte autobiographique* (Paris: Éditions du Seuil, 1996 : 14-16) l'autobiografia és un relat retrospectiu que un individu fa de la pròpia existència, tot posant l'accent sobre la seva vida personal i, en especial, sobre la història de la seva personalitat. El seu tret definitori és la (si més no, suposada) identitat entre l'autor de l'obra, el narrador —la persona que diu «jo» en el text i en y relata la història—, i el protagonista d'aquesta narració.

I és que tota la lògica d'aquest llibre, i en especial llur èmfasi en exposar el complex, i sovint contradictori, entrellat d'emocions, sentiments i percepcions que acompanyen cada episodi de la seva vida, se sustenta, al capdavant, en la dicotomia entre un jo interior, íntim i que roman ocult a la resta de la gent, i un jo extern, el que presentem davant els altres i que, per tant, pot ser analitzat objectivament. Si el concepte de jo comença ser problemàtic amb el empiristes, aquí s'hi afegeix un altre element de complicació: la diferència, sovint abismal, que hi ha entre l'individu tal i com pot ésser conegut "des de fora" i el seu "interior", únicament cognoscible a través d'un exercici de sinceritat implacable.

No menys significatiu és que el mateix autor fos perfectament conscient de la novetat radical del que estava fent: "Je forme une entreprise qui n'eut jamais d'exemple et dont l'exécution n'aura point d'imitateur » (*Ibidem*, p. 4)". Tot un toc d'atenció al lector, estratègicament situat al primer paràgraf, prevenint-lo que les pàgines que està a punt de llegir no s'assemblen a res del que hagués pogut llegir abans. I tot un exponent, ahora, d'una fe absoluta en la singularitat de la seva persona, que posa de manifest en afirmar que el lector és davant d'un llibre inèdit que no només no té antecedents, sinó que ningú més no podrà imitar(!)

Com afecta aquesta complexa visió de l'individu a la propietat privada? En principi, Rousseau fa una defensa aferrissada de la propietat, entesa com l'àmbit on les persones i les famílies poden satisfer les seves necessitats bàsiques, créixer i gaudir de la necessària intimitat:

El derecho de propiedad es el más sagrado entre los de la ciudadanía, aún más importante en algunos aspectos que la propia libertad. (Entrada "Economía política", redactada per Rousseau, dins *l'Encyclopédie* : 1755).

D'altra banda, però, Rousseau veu en l'acapament de terres, béns, propietats i riqueses la font bàsica de les desigualtats i dels conflictes. Més encara: l'allunyament de l'estat de naturalesa, la caiguda en un egoisme lacerant que estableix una divisió artificial —i del tot nociva— entre allò que és "meu" i allò que és "teu"<sup>94</sup> i, per tant, la causa principal de la dissort que s'abat sobre la humanitat al llarg de la seva història. La conclusió que cal extreure d'aquests postulats, en aparença antagònics, és que allò que cal evitar no és la propietat en ella mateixa, entesa com un espai d'ús privatiu, sinó llur acumulació i llur conversió en font de riqueses, en tant en quant genera desigualtats i conflicte<sup>95</sup>. Per

---

<sup>94</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió: Jean-Jacques Rousseau. Discurso sobre el origen y fundamentos de la desigualdad entre los hombres y otros escritos. Madrid: Tecnos, 2005.

<sup>95</sup> Tanmateix, el significat, l'abast i els límits de la propietat privada en Rousseau no queden del tot definits i és, per tant, una qüestió que admet diverses interpretacions. En qualsevol cas, però, sembla clar que hi ha una dicotomia clara entre la seva defensa del dret a disposar d'un espai i d'un conjunt d'objectes per a ús personal o familiar, i l'oposició frontal a admetre la propietat entesa com a mercaderia que es compra, es ven i es pot acumular indefinidament. Vegeu, sobre aquesta qüestió: Karl Umberto Palomino Flores. *El concepto de propiedad privada en Rousseau* (2019) [Tesi doctoral presentada a la Universidad Católica Pontificia del Perú]. Accessible en línia: [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16029/PALOMINO\\_FLORES\\_KARL\\_HUMBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16029/PALOMINO_FLORES_KARL_HUMBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [Darrera consulta: 03/09/2020].

tant, una de les funcions bàsiques dels poders públics és regular estrictament l'activitat econòmica, tot evitant l'acaparament excessiu i cercant la recerca del bé comú i de la "voluntat general":

La regla más importante en finanzas es preocuparse más de evitar necesidades que de incrementar las rentas. Y como los dirigentes son dueños de todo el comercio del Estado nda es más fácil para ellos que dirigirlo hacia los canales aptos para satisfacer cualquier necesidad [...]. Desde establecer aranceles sobre la importación de bienes foráneos, prohibir la exportación de los no mu abundantes, gravar el producto de las artes frívolas demasiado lucrativas y desterrar la importación de cualesquiera artículos e lujo. Esto aliviará a los pobres, evitando el crecimiento continuo de la desigualdad en fortunas. (Jean-Jacques Rousseau. "Discurso sobre economía política", dins *l'Encyclopédie* : 1755).

Recapitem, doncs: Rousseau aporta un enfocament marcadament innovador sobre la naturalesa humana i, en funció d'aquesta, sobre el tipus de societat que cal forjar. Al mateix temps, la seva crítica als mals de la societat (i de la propietat) en contrast amb les potencialitats latents de l'ésser humà, el porta a distanciar-se rotundament de la noció de progrés que tan dominant esdevé en el panorama intel·lectual del segle XVIII. Tanmateix, si recordem que un dels llegats principals de la Il·lustració és la crítica i el qüestionament radical, tots aquests elements, per si sols, no justificarien incloure Rousseau dins el romanticisme. I menys si tenim en compte que el gruix de la seva producció intel·lectual es fonamenta en un ús —crític, però ús al capdavant— de la raó. El punt de ruptura o, més aviat, de baula entre la il·lustració i el romanticisme el tenim en la seva aposta per la sinceritat com a justificació última de l'acció, per sobre de qualsevol judici empíric, racional o metafísic, i en el seu afany per mostrar les interioritats del jo, amb tot el que això implica i pressuposa d'existència d'uns continguts de la consciència que romanen ocults als altres i, sovint, també a un mateix però que, al mateix temps,, són prou valuosos com per a donar-los a conèixer.

### **Johann Gottfried Herder**

Postular que els pensadors il·lustrats conceben l'individu com un ésser egoista i asocial resulta, tal i com hem pogut comprovar, reduccionista i, en força casos, fal·laç. Amb tot, fins i tot els autors que emfasitzen la sociabilitat (Locke, Smith, Rousseau), parteixen del supòsit que els trets de la societat deriven, en darrer terme, dels de l'individu i que, per tant, ell —i *només* ell— constitueix la unitat d'anàlisi clau. Amb Herder, però, neix un enfocament alternatiu que parteix del supòsit que la societat, lluny de ser el resultat de les característiques dels individus que la componen, és qui modula els trets del primers. Així, el tarannà, inclinacions, visió del món i predisposicions de la gent vindran modulades per la cultura, per 'l'ànima' de la col·lectivitat a la qual pertany:

La naturaleza total del alma predomina en el conjunto, configura todas las inclinaciones y fuerzas del alma, y también tiñe los actos más indiferentes de acuerdo a ella; para sentirla no contestes con la palabra, sino acude a la época, a la región, a su historia, compenétrate de todo. (*Filosofía de la historia para la educación de la humanidad*. Sección I : 52).

Així doncs, a partir de Herder molts pensadors postulen que indagar com és 'l'ànima' de l'individu pressuposa i implica esbrinar com és 'l'ànima' del seu poble. Però, si això és així, la conseqüència inevitable serà que cada poble, cada nació —un terme que comença a agafar embranzida justament a partir de Herder— tindrà uns ideals, un tarannà i uns trets únics i insubstituïbles que s'hauran configurat al llarg del temps; un *Volkeist* genuí i singular. Per tant, els grans ideals pretesament universals, tan preuats pels il·lustrats, són una fal·làcia. La Veritat, el Bé i la Belleza ja no són referents amb aspiracions de validesa universal, sinó que depenen del poble i del context històric en què es desenvolupa, i és únicament a partir de l'anàlisi d'aital context que els podem jutjar i valorar.

El resultat és que la història ja no és ni una successió d'esdeveniments que varien en la forma i en les circumstàncies concretes però no pas en el fons i que apareixen i desapareixen de manera circular, però tampoc l'àmbit on es desenvolupa un procés suposadament inexorable de racionalització i progrés. Els esdeveniments humans no obeeixen a cap fil conductor, a cap desplegament d'un suposat logos, a cap pla racional; ans la contrari, la raó depèn dels esdeveniments, de la història, i no pas a l'inrevés:

La formación y el progreso de una nación siempre es sólo obra del destino, resultado de mil causas concurrentes, de todo el elemento, diríamos, en el que vive. (*Filosofía de la historia... II* : 93).

Tornem, però, a l'individu: és, com hem vist abans, un ésser profundament social. I això implica, entre d'altres qüestions, que la societat no és la suma, el resultat, d'un pacte entre subjectes autònoms, sinó que, ben al contrari, els trets d'aquests darrers són profundament modulats i condicionats per l'entorn social i cultural on han nascut i on desenvolupen la seva activitat. Però aquest procés de modulació de la persona depèn no de cap pla racional, sinó del conjunt de creences, costums, ritus comunitaris i, és clar, de la visió del món que conté, implícitament, cada llengua. D'on es desprèn que no és el càlcul racional, ni l'interès, ni tampoc cap passió o desig pretesament innat allò que ens caracteritza en essència, sinó la permeabilitat —i, per tant, la mal·leabilitat del nostre ésser— a l'esperit, al *Volkeist* col·lectiu, l'essència del qual escapa a la mera raó, car, al capdavall, res ni ningú l'ha planificat ni dissenyat:

Tengo que afirmar, con respecto al elogio excesivo de la razón humana, que es mucho menos esta razón, si puedo decirlo así, que un ciego destino el que lanzó y condujo las cosas, el que obró en esta evolución general del mundo. (*Ibidem*, II, p. 83).

Vol dir tot això que estem davant d'una visió del món i de l'ésser humà intrínsecament irracionalista? No. El que succeeix, més aviat, és que, en convertir la diversitat cultural i històrica en el fil conductor dels esdeveniments i, sobretot, de la mateixa essència humana, Herder fa ús dels instruments de la raó científica i il·lustrada per tal d'emprar-la en contra de la pretesa universalitat i omnipresència d'aquesta, tot argumentant i aportant evidències empíriques que vindrien a demostrar que creure que les persones i la història mateixa obeeixen a un mòbil racional és una superstició. És justament l'ús acurat i correcte de la raó mena, i no pas cap cosmovisió irracionalista ni cap element religiós o mític, allò que ens mena a reconèixer-ne els límits, els condicionants històrics de tota mena i el pes que la tradició, els costums, els mites i les creences exerceixen sobre tots nosaltres. Més encara: lluny de succeir que les persones i els esdeveniments històrics obeeixin a uns principis racionals que cal esbrinar, són aquests darrers els que han de ser estudiats en tant que epifenòmens del seu context històric i cultural<sup>96</sup>.

### **Johann Gottlieb Fichte**

Tant els pensadors de tradició racionalista com els empiristes coincideixen, malgrat llurs divergències, en postular que hi ha una realitat objectiva, que aquesta és cognoscible i comunicable, si més no aproximadament<sup>97</sup>, i que el coneixement dels principis que regeixen l'ordre i el funcionament de la realitat i del subjecte ha de precedir, guiar i conduir l'acció. A aquests elements, Kant hi afegeix la diferenciació radical entre el fenomen, és a dir, allò que podem copsar en funció de les categories a priori dels nostres sentits i la nostra raó, i el noumen, que correspondria a allò que la cosa és en ella mateixa, al marge de com la percep i conceptualitza la nostra ment i que, per tant, mai no ens serà plenament cognoscible<sup>98</sup>.

Fichte parteix del legat kantian, però n'extreu unes conclusions que ultrapassen, i de ben lluny, les intencions del filòsof de Königsberg. I és que, a parer de Fichte, Kant fou el creador d'una nova i molt més potent manera de pensar, obrint així el camí a una autèntica revolució però, al mateix temps, deixà dues qüestions inacabades: d'una banda, el problema de les condicions de possibilitat de l'experiència; de l'altra, l'abisme entre el principi de causalitat que regeix el món físic —incloïent l'organisme humà— i la llibertat inherent a l'individu i que constitueix el fonament de la moral.

Sobre la primera qüestió, de caire ontològic i epistemològic, Fichte postula que, atès que tot allò que percebem i coneixem ve donat pels trets del nostre enteniment, cal arribar fins a les darreres

---

<sup>96</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió: Alain Finkielkraut. *La derrota del pensamiento*. Barcelona: Anagrama, 1987.

<sup>97</sup> Hi ha, però, alguna excepció notable. En especial, el qüestionament radical que fa David Hume de la noció de causalitat i del jo entès com un tot coherent. Vegeu, sobre aquesta darrera qüestió, l'apartat dedicat a aquest filòsof.

<sup>98</sup> Vegeu: Immanuel Kant. *Crítica de la razón pura*. Barcelona: Gredos, 2017.

conseqüències lògiques: el fonament del coneixement es troba, de manera íntegra i total, i no pas parcial, en el subjecte. I, el que encara és més important: conèixer no equival a un acte passiu en què el subjecte rep uns estímuls a partir del qual crea uns determinats models, sinó que, al capdavall, allò que entenem per realitat és una construcció en la qual el jo hi pren un paper actiu. La volició —la decisió de conèixer— és, doncs, *prèvia* al coneixement i absolutament determinant:

No actuamos en respuesta a nuestro saber; actuamos porque estamos llamados a actuar y esto deviene en conocimiento” (*El destino del hombre*, 1976 : 263).

En conseqüència, lluny de ser la realitat la que determina les característiques del jo, és la llibertat d'aquest qui configura la realitat.

Libertat que, lògicament, es fa extensible a l'àmbit de la moral i la vida en societat; de fet, el subjecte es perfila a mesura que actua i decideix. Més concretament, el jo tendeix a una aspiració de plenitud, a una voluntat virtualment infinita. Tanmateix, la realitat exterior el limita i, alhora, l'esperona a anar més enllà, a transcendir: la voluntat, en sentir-se acotada i cenyida per límits aliens, aspira a ultrapassar els obstacles que se li imposen; i, en fer-ho, s'autodefineix i esdevé, per tant, lliure.

Ara bé, tant la vessant cognitiva com la vessant pràctica del jo de Fichte impliquen una visió complexa de l'individu: el jo, des de l'instant mateix en què postula la seva primacia, pressuposa, automàticament, l'existència d'un no-jo. Més encara: sense aquest no-jo, el jo no té sentit; n'és, per tant, un ingredient primari de la seva identitat<sup>99</sup>. Tenim, doncs, un esquema dialèctic en virtut del qual hi ha una tesi —el jo es veu condicionat pel món extern, pel no-jo, que el limita—; una antítesi —l'autodeterminació del jo, que s'afirma tot alliberant-se de les limitacions externes— i una síntesi, en virtut de la qual el jo passa a ser un ens actiu que, a mesura que pren decisions, es fa a si mateix i, alhora, reconfigura la realitat exterior.

Tanmateix, aquest jo dialèctic i complex, ben allunyat del jo empíric teoritzat pels pensadors de la il·lustració, restaria radicalment incomplet sense la vessant social. El motiu essencial és que l'autoconsciència només és factible en contacte amb els altres, quan som interpel·lats per algú en tant que subjecte racional. El jo, doncs, es construeix de manera activa, en contacte amb els altres.

D'aquesta concepció intersubjectiva de la identitat, Fichte en deriva una altra noció: de la mateixa manera que no té sentit parlar d'un individu, asocial i/o previ a la vida en comú, tampoc no té sentit parlar d'humanitat en abstracte, car cada col·lectiu acaba uns trets comuns als seus membres i, al mateix temps, diferents dels altres. Per tant, i semblantment a les tesis de Fichte, ja no es tracta de defensar únicament la importància del factor social en la definició de l'individu, sinó també de postular

---

<sup>99</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió: Isaiah Berlin. *Las raíces del romanticismo*. Madrid: Taurus, 2014, p. 139.

que la humanitat es declina en plural: cada grup social i cada nació hauria configurat, en el decurs de la seva història, uns trets propis, una determinada visió del món i un tarannà específic.

De tot aquest esquema, hi ha tres elements que han exercit una gran influència posterior. El primer no rau tant en la primacia de l'idealisme per sobre de qualsevol doctrina materialista i/o empirista, com en el fet que, per primera vegada, no és el món extern —ja sigui la naturalesa tal i com és coneguda i entesa per les ciències naturals o algun principi metafísic— qui condiona i explica, en darrer terme, les característiques de l'individu, sinó que és a partir de l'anàlisi dels trets de la seva consciència i de la seva voluntat que cal entendre la realitat. D'on deduïm un segon principi, no menys important: coneixem a mesura que actuem, som *creadors* de la realitat, en comptes de receptors o perceptors passius d'aquesta. Per últim, el fet que l'altre sigui imprescindible no només per a satisfer les necessitats bàsiques de l'individu i per donar cabuda al seu desig de reconeixement —tot això, recordem-ho, ja ho havien remarcat Locke, Hume, Smith i, per descomptat, Rousseau—, sinó per a la pròpia autoconsciència, per a la construcció del jo, obre una visió nova, destinada a exercir una influència cabdal en Hegel i en bona part del pensament polític i social des de mitjans segle XIX fins als nostres dies.

### **Excurs literari (I): *Seny i sentiment***

Amb *Sense and sensibility* —*Seny i sentiment*, en la versió catalana—, escrita el 1790 però publicada el 1811, Jane Austen narra la història de les germanes Elinor, Marianne i Margaret. Elles i la seva mare, la senyora Dashwood, han de fer front a una delicada situació financera arran de la mort del pare. A partir d'aquí, comencen un llarg periple vital en què l'amor, les convencions socials i el matrimoni entès com a via de promoció social i econòmica jugaran un paper clau. Tanmateix, el que ens interessa aquí és la contraposició entre Elinor, tot un exponent, si més no en principi, del seny, la prudència, el càlcul i la supeditació dels impulsos a la raó, i Marianne, que es deixa guiar per les seves emocions, per la seva accentuada sensibilitat i és, consegüentment, espontània i gens calculadora. Tanmateix, les coses no són tan senzilles: el lector aviat descobreix que la personalitat d'ambdues és més complexa i plena de matisos del que sembla a primera vista i que, a més, evolucionen, de manera que a mesura que avança el relat els rols ja no estan tan clars. Així, l'assenyada Elinor es casa amb l'home de qui està enamorada, mentre que Marianne, que contrau matrimoni amb un home guiada més aviat per convenció i interès, finalment l'acabarà valorant, i fins i tot estimant, per llurs virtuts. A les acaballes del relat, ambdues troben la felicitat i l'equilibri: Elinor, deixant que emergeixi la seva sensibilitat; Marianne, aprenent a conduir-se de manera més prudent i aprenent a valorar més les virtuts que les aparences.



I és justament la recerca d'un equilibri, d'una interdependència entre les emocions i la impulsivitat, d'una banda, i el càlcul i l'autocontrol, de l'altra, allò que ens interessa remarcar d'aquesta novel·la. En efecte, els seus personatges clau es debaten entre acatar les convencions i guiar-se pel cor, i acaben, finalment, combinant-los, establint un pont —fràgil i difícil, però factible al capdavant— entre allò cal fer per triomfar en un entorn cada cop més marcat pel diner, d'una banda, i el conreu de la sensibilitat, de l'atenció al jo interior, de l'altra. Es tracta d'un equilibri que ofereix un significatiu paral·lelisme amb la noció moderna d'interès (Hirschman, 2014), entès com la capacitat i la predisposició per a combinar els impulsos i les emocions amb la raó per tal d'aconseguir allò que es hom es proposa assolir —en l'àmbit material, però també en el social i sentimental— i, al mateix temps, exercir la dosi justa d'autocontrol per tal d'evitar les actituds i conductes forassenyades.

Interès i control, doncs, són ben presents en aquesta novel·la. Tanmateix, també hi és molt present el desvetllament del món interior, de les passions que romanen ocultes no tan sols a la mirada aliena, sinó també, sovint, a la pròpia. I és que, semblantment al que succeeix amb les altres novel·les de l'autora, els personatges —més ben dit, *les* protagonistes— malden per conèixer els seus sentiments més íntims, per comprendre'ls, gestionar-los i, finalment, saber expressar-los als altres.

El desvetllament del jo interior i la gestió de les emocions configuren, al seu torn, un nou concepte del gènere: les heroïnes d'Austen ja no cerquen el control o la manipulació de qui ostenta el poder —és a dir, els homes adinerats—, sinó que procuren triar el seu propi destí, rebutjant així el rol de subordinació a què semblaven condemnades. (Marilyn Butler, 1988). Certament, no arriben a l'extrem de pretendre capgirar obertament l'estatu quo, ni menys encara a reivindicar una presència femenina activa i visible en la política, l'economia i la societat, però sí malden per evitar ser víctimes passives del patriarcat, per desenvolupar la seva subjectivitat. I, en tot aquest procés, desvetllen un jo més actiu.

Per últim, el ressò d'aquesta novel·la, escrita significativament a cavall entre la Il·lustració i el Romanticisme, és un potent indicatiu que les tribulacions dels seus personatges connectaven força amb la problemàtica de les dones de les capes mitjanes<sup>100</sup> de l'època. I, al mateix temps, un catalitzador, un impulsor d'un canvi en la noció d'individu que apunta cap a un despertar del món interior sense perdre de vista, però, els interessos que cal preservar en un entorn marcat pel progressi triomf de la burgesia.

---

<sup>100</sup> El component de classe social és, certament, important i, tot i que no l'analitzarem aquí, paga la pena fer-ne esment. El gruix de les protagonistes pertanyen a classes socials relativament adinerades o, si més no, a persones que han format part d'un grup amb bon estatus —per molt que, tal vegada, les circumstàncies les han dut a la pobresa material— i han rebut una bona educació d'origen. D'altra banda, el públic lector estava compostat principalment per dones relativament acomodades i, per descomptat, que sabien llegir, cosa que deixa automàticament fora al gruix de les persones camperoles i obreres.

## Excurs literari (II): *Madame Bovary*

Tot i que *Madame Bovary* s'inscriu més en el corrent realista que no pas en el Romanticisme en sentit estricte, car la mirada, descarnada, minuciosa i sovint irònica, sobre els avatars de la protagonista i sobre la realitat social i moral que l'envolta va més enllà dels marcs formals i conceptuals romàntics, hem estimat convenient incloure-la com un exponent clau. I és que és justament aquesta mirada lúcida, juntament amb la sensibilitat que, en obert contrast amb els convencionalismes socials i morals de l'època<sup>101</sup>, transpiren les seves pàgines, allò que ens interessa aquí, en tant en quant es tracta de factors que entren de ple dins la lògica de l'individualisme del romanticisme.

Si recordem breument la trama, Emma, la protagonista, és una dona de províncies de classe mitjana que contrau matrimoni amb un metge, Charles. Tot feia pensar que durien una existència convencional i relativament còmoda. Tanmateix, les novel·les romàntiques que devora des de ben joveneta accentuen el seu tarannà procliu a la fantasia i el sentimentalisme, trets que, en entrar en oberta contradicció amb l'existència monòtona i previsible que l'envolta, desembocaran en l'adulteri —més ben dit, en un seguit d'adulteris—, en la ruïna econòmica de la protagonista i en la seva caiguda en un infern material, social i moral que el seu marit, un home de bon cor però massa simple i mancat de tota sensibilitat, serà del tot incapaç d'aturar. Una caiguda, per cert, afavorida per l'entorn social, per uns personatges —exponents de la burgesia emergent— que s'aprofiten de la seva ingenuïtat i la manipulen al servei dels seus interessos. Però tant o més significatiu que l'argument és l'escàndol i la controvèrsia que suscità la novel·la d'ençà la seva publicació, l'any 1856. Un escàndol que, d'entrada, ve donat per gosar narrar una història d'adulteri, però que, tanmateix, obeeix a factors més profunds.

I és que, en realitat, el desafiament a les convencions que representa Emma no rau tant en la història d'adulteri(s), sinó en el fet que, a diferència de les novel·les que ella llegeix, purament evasives i de qualitat discutible, la complexitat de la personalitat de la protagonista, així com la lluita interna entre les seves diverses i sovint contradictòries emocions, fan impossible jutjar-la de forma merament pejorativa. Ans al contrari: ella, malgrat el seu tràgic destí, és portadora d'unes inquietuds, d'una passió i, sobretot, d'unes aspiracions de llibertat, autonomia i autorealització, que la dignifiquen i li atorguen un paper més rellevant que no pas el seu marit —exponent del convencionalisme social i moral— o els seus amants, egoistes, superficials, sovint hipòcrites i, en el fons, igualment convencionals. Però encara hi ha un altre element clau que explica bona part de les simpaties que genera en el lector (i que, per tant, n'accentua l'escàndol): ella no es conforma amb el destí que la societat li havia marcat, sinó que s'hi rebel·la, s'hi enfronta. Un enfrontament que, òbviament, li comportarà molts problemes i un tràgic final, però res d'això no l'atura. Emma, doncs, tria seguir el dictat de les seves passions i els seus sentiments i, en fer-ho, afirma la seva identitat, tot enfrontant el

---

<sup>101</sup> És conegut que l'autor va haver de front a greus problemes, car se l'acusà de corrompre la moral i atemptar contra els bons costums.

seu jo íntim amb les convencions sexuals, morals i socials imperants. Aquest és un aspecte d'especial rellevància, perquè tenim una individualitat que ja no ve donada només per la defensa d'uns interessos —preservar la seguretat, la propietat i el benestar— ni d'uns drets cívics i polítics —a la vida, a la llibertat d'expressió, al sufragi, etc.—, sinó per l'afirmació de la seva subjectivitat, fruit de la interacció entre unes passions i una sensibilitat, que no només la diferencien dels altres, sinó que li atorguen el dret a qüestionar les convencions i les pautes imperants. Ja no és la raó l'única ni principal eina per a criticar la realitat existent en nom de l'individu; a partir d'ara, serà la sensibilitat que emana de l'interior de cadascú el principal mòbil i, alhora, la principal justificació, per a reafirmar-se i, si cal, qüestionar l'ordre imperant.

Tanmateix, aquest ordre, materialista i, sovint és prou fort com per provocar el final tràgic de qui gosa plantar-li cara obertament. *Madame Bovary* és, també, un exponent de la lluita inevitable que s'esdevé entre la lògica d'un ordre social i econòmic marcat pel triomf de la burgesia, amb la consegüent supeditació de les passions i pulsions en ares de la prosperitat material i l'estabilitat social i política, i la rebel·lió que, en nom d'aïtals passions com a exponents d'allò més íntim i més real del jo, enfronta l'individu amb la societat. Així, les dues vessants de l'individu modern —la dels personatges calculadors, capaços de controlar els seus impulsos en ares de l'interès econòmic o merament sexual, i la d'Emma, exponent de la rebel·lió contra els convencionalismes en nom de la fidelitat als seus sentiments i fantasies— hi són presents d'una manera molt més crua i pessimista que no pas en la novel·la de Jane Austen, on semblava que ambdues realitats encara podien conviure en relativa harmonia. En definitiva, doncs, la combinació de la descripció lúcida del materialisme més descarnat amb l'autoafirmació del jo mitjançant la rebel·lió contra l'ordre imperant en nom de la sensibilitat interior, dels impulsos més genuïns, fan d'aquesta obra un mirall del seu temps i, alhora, un catalitzador d'aquesta nova i ambivalent emergència del jo.

Nova i ambivalent emergència del jo que serà present en tota la modernitat i que encara ara, a principis del segle XXI, és ben present. Això sí, amb noves formes i sota una nova lògica. Com es podrà veure més endavant, l'inconformisme, la rebel·lió i la creativitat d'Emma Bovary o (en menor grau) de Marianne servirién, avui, de catalitzadors i impulsors de la innovació empresarial i de la projecció de la *marca* personal.

### **El nou jo romàntic davant el capitalisme i l'Estat**

Havent fet aquest breu recorregut per les idees i la sensibilitat artística de diferents exponents del romanticisme, ha arribat l'hora de recapitular i extreure'n els trets bàsics.

Resulta habitual postular que la principal diferència entre el romanticisme i la tradició il·lustrada és que aquesta darrera defensa aferrissadament el paper de la raó i l'experimentació, mentre que el romanticisme enalteix les passions i allò de supraracional, d'inefable i misteriós que hi ha en cadascú. Una tesi que, després del que hem vist, ha de ser revisada. D'entrada, perquè el romanticisme no rebutja necessàriament la raó, sinó que en critica la vessant merament instrumental, tècnica i positivista (Rafael Argullol, 2008, : 355), enfront de la qual revaloritza el paper dels impulsos, les passions, els sentiments i, en definitiva, tot allò que hi ha dins de cadascú que escapa als paràmetres científics i positivistes.

Dins de cadascú, en efecte. Car és en aquest moviment quan hom pren consciència de la dicotomia entre una realitat externa, marcada per l'avenç imparabile de la ciència, la tècnica, l'activitat econòmica i el poder legal-racional de l'Estat, i les inclinacions que configuren l'interior de la persona. La conseqüència és que entre el jo que presentem en societat —un jo instrumental, mogut per interessos i convencions i, per tant, molt contingut— i el que experimentem quan estem sols i examinem la nostra consciència amb tota sinceritat, com ens ensenya a fer Rousseau, hi ha un abisme, un mur.

Una conseqüència inevitable d'aquest mur és la sensació de solitud, una solitud que no és només física, sinó també, i molt especialment, espiritual; és la consciència que els altres mai podran copsar i entendre del tot el meu veritable jo i que, per tant, hauré de fer front no només als obstacles externs, sinó també a la incomprensió aliena. El resultat, amb tota probabilitat, serà una derrota; derrota que, tanmateix, lluny d'aturar-me, m'esperonarà a seguir lluitant, a afirmar el meu jo en i a través del conflicte, del destí tràgic (Rafael Argullol, 2008). Per tant, un dels trets definitoris de l'individu modern — el sentiment de solitud i la percepció d'un abisme entre el jo autèntic i els convencionalismes socials— és fruit del romanticisme.

Tanmateix, arribats a aquest punt es torna a fer palesa la complexitat i heterogeneïtat del romanticisme. I és que, tal i com hem vist, no tots els seus representants combreguen amb aquesta nova visió d'un jo radicalment apartat del seu entorn i sotmès, sovint, a la incomprensió i l'ostracisme social, sinó que n'hi ha d'altres que, ben al contrari, (re)descobreixen els lligams culturals i lingüístics (Isaiah Berlin, 2014 : 93-98) que, des de temps ben llunyans, han fet que l'individu no sigui —no pugui ser— una mena d'àtom social amb interessos propis, sinó que, ben al contrari, formi part d'un tot social i cultural, d'una comunitat lligada no per un pacte racional, sinó per un munt de creences, llegendes, ritus, tradicions, costums que configuren una visió del món única, específica i irreductible a qualsevol altre col·lectiu.

En qualsevol cas, però, el subjecte romàntic —tant si és un individu solitari i incomprès com si és una comunitat cultural donada— no es limita a intentar copsar la realitat amb els sentits i/o la raó, sinó

que aspira, sobretot, a *crear-la*. I a fer-ho no a partir d'una aspiració universal i objectiva, sinó projectant-hi la seva singularitat, la seva essència única, la seva petjada impossible de confondre amb qualsevol altra. El romanticisme, doncs,

Posa el centre de la realitat en l'acció, en l'activitat, no en alguna cosa ja feta o que posseís una existència independent i objectiva, cercable i trobable per l'ésser humà, sinó en quelcom que està encara per fer i que esdevindrà, eventualment, gràcies a l'acció demiúrgica de l'artista, el pensador o el poeta. (Salvador de Brocà, 1997 : 37).

Però a diferència de l'individu il·lustrat, que s'autoafirma a través de la raó però que, en realitat, es plega als convencionalismes i fins i tot es reprimeix, l'individu romàntic es postula com un

Ser único dotado de un potencial creativo y una vida verdaderamente liberada [que] es aquella que optimiza las oportunidades para poder realizarse. (Jeremy Rifkin, 2019 : 327).

Davant els creixents imperatius de la productivitat i davant el naixement i proliferació d'escoles, hospitals, exèrcits de gleba i altres institucions de masses que disciplinen els cossos i les ments, el romanticisme representa un toc de rebel·lió, d'inconformisme. Un crit de resistència, però, feta no en nom del retorn a la religió, la tradició o el passat, sinó en nom de la seva subjectivitat, del jo que remarca la seva singularitat a través de l'expressió dels seus impulsos i anhels. Fet que, paradoxalment, és alhora una oposició a l'ordre imperant i un poderós catalitzador del dinamisme i els canvis inherents a l'Estat modern i al capitalisme: i és que, si bé és cert que ambdós requereixen, en aquest període històric, controlar i disciplinar els impulsos, tot atorgant prioritat a la planificació i el càlcul, no és menys cert que, alhora, necessiten destruir o minar els lligams que ancoraven l'individu a la seva comunitat tradicional o a les pertinences i propietats dels seus avantpassats per tal d'innovar, ampliar i bescanviar propietats i contribuir a modernitzar la maquinària estatal. Elements, tots ells, afins a un individu que es postula com a creador de la seva pròpia realitat i que fa de la fidelitat a allò que considera el seu 'veritable jo' el mòbil de la seva acció.

Però la relació entre el jo romàntic i l'Estat i el capitalisme es fa igualment palès en un altre tret bàsic de la modernitat: la diferenciació creixent entre l'esfera pública, on predomina el càlcul i la racionalitat instrumental i on, per tant, l'autoafirmació individual es fa a través del control estricte sobre el seus impulsos, i l'àmbit domèstic —creixentment desvinculat de la comunitat o la família extensa per circumscriure's a la parella i la família nuclear que hom ha decidit formar lliurement<sup>102</sup>—,

---

<sup>102</sup> Sobre l'evolució de l'estructura, rols i dinàmiques de funcionament de la família durant els darrers segles, així com llur relació amb la revolució industrial i l'auge del capitalisme, vegeu: C.C. Harris. *Familia y sociedad industrial*. Barcelona: Península, 1986. D'aquest llibre, per cert, també resulta força aconsellable llegir-ne el pròleg, escrit per Lluís Flaquer, especialista en sociologia de la família.

on l'expressió dels sentiments fa de contrapès al rígid autocontrol i que, a més, juga un paper cabdal en la configuració de la personalitat (Charles Taylor, 2006 : 402-421).

A tall de conclusió, doncs, les crítiques romàntiques a la raó il·lustrada, als convencionalismes burgesos i a la instrumentalització del món i de les persones no haurien d'impedir copsar que el romanticisme ha estat una baula indispensable en els processos de modernització i, més concretament que bona part dels trets que configuren l'individu en l'imaginari social dels darrers dos segles provenen del romanticisme. Com afirma John Kenneth Gergen a *El yo saturado: dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*:

Gran parte de nuestro vocabulario contemporáneo de la persona y de sus formas de vida asociadas tiene su origen en el período romántico. Es un vocabulario de la pasión, de la finalidad, de la profundidad y de la importancia del individuo. (John Kenneth Gergen, 1993 : 50).

## NI LA PROPIETAT PRIVADA NI EL JO SÓN EL QUE SEMBLEN: MARX I FREUD

Tal i com s'ha pogut comprovar als capítols precedents, les bases modernes del jo i de la importància que hi té la noció de propietat es configuren a dues bandes. Per un costat, la tradició il·lustrada —convertida, ja al segle XIX, en liberal— estableix la noció, inèdita en termes històrics, que la societat es compon d'individus, entesos cadascun d'ells com un ens autònom que, en virtut de la seva llibertat i capacitat pròpia d'actuació, és titular d'uns drets bàsics i inherents, com ara el de fonamentar les institucions polítiques mitjançant un pacte amb la resta d'individus. O, també el de posseir béns, terres i diners, així com de treure un profit de la venda del fruit del seu treball, talent i esforç. Per l'altra costat, amb el Romanticisme neix no tan sols la reivindicació de la vida privada i de la quotidianitat com a àmbits inherents al jo, sinó també la idea que en tota persona hi ha quelcom d'inefable, d'inherentment creatiu i espontani, que, malauradament, sovint es veu ofegat pels convencionalismes, la mediocritat i la incomprensió de la societat. En altres termes: hi ha un jo autèntic, que expressa a través dels sentiments allò de genuí i inefable que el singularitza i que es desplega preferentment en l'àmbit privat, que malda per superar el mur que la societat —una societat percebuda com quelcom aliè a la veritable essència individual— erigeix al seu voltant. En definitiva, ja sigui des d'un enfocament centrat en la defensa dels drets individuals —inclosos, i de manera molt especial, els relatius a la propietat privada— o des de la reivindicació del caràcter únic, potencialment creador i genuí del jo interior de cadascú, tant els autors de la tradició il·lustrada i liberal com els del Romanticisme emfasitzen el protagonisme de l'individu i (amb l'excepció de Rousseau) el seu dret consubstancial a adquirir béns per al seu ús privat.

Evidentment, ni la noció d'individu ni la de propietat apareixen exempts de problemes i conflictes. Els pensadors de la primera modernitat eren ben conscients de les tensions entre subjectes que cerquen els seus interessos —aquest és, justament, el leitmotiv del *Leviatan* de Hobbes— i, tot i que en menor grau, no falten les al·lusions als problemes econòmics i morals a què pot conduir l'acaparament de propietats i diners, especialment en el cas de Rousseau. Amb tot, és a partir de mitjans segle XIX quan aquestes crítiques esdevenen més dràstiques i sistemàtiques. I, sobretot, és a partir d'aquesta època quan s'analitzen de manera exhaustiva des d'una perspectiva econòmica, històrica i social. Fins al punt que alguns pensadors arribaran a fer de la propietat privada i el capital la font bàsica i primària de les desigualtats, de l'alienació i de la manca de democràcia real.

Més revolucionària és encara la tesi que el jo no és quelcom unitari, sinó quelcom heterogeni. Certament, hom pot argumentar que Hume ja ho exposava. I, com hem vist, així és. La novetat ve donada per l'afirmació que el jo no només és múltiple, sinó que, a més, es compon d'elements contradictoris que entren en conflicte; un conflicte agreujat pel fet que una

part molt important de la psique humana roman radicalment reprimida. Tant, que esdevé inconscient. Actua dins nostre, condicionant sentiments, pensaments i conductes, sense que ho sapiguem. El conflicte, la violència i el malestar, a nivell individual i col·lectiu, en són el resultat inevitable. Un conflicte gairebé impossible de resoldre perquè ja no es limita a la lluita de tots contra tots, sinó que és, també i sobretot, una lluita *dins l'interior* de cadascú.

Els dos exponents principals d'aquests plantejaments crítics són, respectivament, Karl Marx i Sigmund Freud. I ho són no només per l'abast de les seves crítiques, ni pel grau de novetat que suposaren, sinó també, i sobretot, pel fet que aquestes crítiques són el resultat d'un procés d'anàlisi exhaustiu i metòdic. Ambdós autors posen en qüestió una part substancial del llegat modern, però ho fan, i això és important remarcar-ho, imbuïts per l'esperit científic de l'època. A diferència de les crítiques al projecte il·lustrat provinents de diferents pensadors i moviments reaccionaris, o fins i tot les que venen del Romanticisme, les objeccions que ambdós pensadors plantegen a la modernitat es fan en nom del projecte modern. Concretament, des d'una perspectiva fortament influïda pel mecanicisme, l'evolucionisme i el determinisme imperants a finals del segle XIX i, tot i que ja amb alguns matisos, també a començaments del segle XX. D'altra banda, i més enllà de la valoració que hom pugui fer sobre la profunditat dels seus plantejaments, Marx i Freud han exercit una notable influència sobre la construcció de l'imaginari social al voltant del jo modern i de llur relació amb el altres. Han estat, i segueixen sent, un referent tant a nivell teòric i acadèmic com a nivell popular. És per aquests motius que considerem escaient, i fins i tot necessari, dedicar els dos capítols següents a analitzar els seus respectius postulats i les implicacions més importants, sempre amb el benentès que el focus d'atenció recaurà en els temes objecte d'estudi en la present recerca.

Abans, però, resulta útil analitzar, ni que sigui molt breument, el context en què tant un autor com l'altre desenvolupen llurs teories. Al capdavant, de la perspectiva constructivista aquí adoptada, es desprèn que l'adequada comprensió d'un fet requereix tenir en compte les interaccions i interdependències entre teoria i praxi, entre els postulats més influents i l'entorn en què sorgeixen, es desenvolupen i, sovint, es modifiquen les seves idees. En aquest sentit, l'entorn en què Marx desenvolupa les seves idees és, a grans trets, el de "l'era del capital"<sup>103</sup>, és a dir, l'era en què, un cop abolides les estructures polític-administratives hereves de l'Antic Règim a mans de les revolucions liberals i consolidada la revolució industrial i agrària, així com la revolució en els transports —vaixell de vapor i, sobretot, ferrocarril—, el capitalisme i l'Estat modern de caire liberal esdevenen indiscutiblement hegemònics, al mateix temps que ja es

---

<sup>103</sup> Lògicament, aquesta denominació és una al·lusió explícita al llibre homònim d'Eric Hobsbawm (Barcelona: Crítica, 2003), on, justament, es fa una anàlisi exhaustiva de la consolidació del capitalisme en aquest període.



perfila nítidament l'antagonisme profund entre les dues grans classes socials emergents: la burgesia i el proletariat.

Tanmateix, el capitalisme i l'Estat no paren de transformar-se. A les primeres dècades del segle XX apareixen noves formes d'organitzar la producció industrial —el taylorisme i el fordisme—, que permeten alhora l'augment de la producció, l'increment de sous de la classe treballadora i l'incipient naixement de la societat de consum. Ara bé, aquestes millores es veuen contraposades pel brutal impacte de la Primera Guerra Mundial i per la depressió econòmica causada pel crack borsari de 1929. Un escenari, doncs, en què es difumina la fe que el progrés científic, tecnològic i material es tradueixi en un progrés material, polític i ètic.

### **Karl Marx**

A mesura que els estralls de tota mena causats pel capitalisme es fan més evidents, i a mesura que el gruix de la població camperola i obrera queda exclosa de les promeses emancipatòries del liberalisme i es veu condemnada a viure en condicions paupèrrimes, diversos moviments socials, polítics i ideològics opten per una reformulació radical del capitalisme i l'Estat. En aquest context, tant la noció d'individu tal i com s'ha anat perfilant a partir dels segles XVII-XVIII com la propietat privada són radicalment qüestionades per un nombre creixent de pensadors, però també de moviments socials i polítics. Tanmateix, no en fem esment perquè allò que ens interessa, en el context d'aquesta recerca, són els fonaments ideològics i conceptuals del paper de la propietat privada en la configuració del jo i la societat modernes. Per tant, analitzar les tesis d'un crític rotund d'aital principi com fou Marx pot resultar xocant. Per què, doncs, l'hem inclòs? El motiu fonamental és que Marx no es limità a oposar-s'hi aferrissadament, ni tampoc a proposar models alternatius —temes, tots ells, queden fora del present objecte d'estudi—, sinó que, a més, va procedir a fer-ne una anàlisi més exhaustiva i rigorosa<sup>104</sup> que cap altre pensador decimonònic. Les seves aportacions sobre el paper de la propietat privada en l'alienació del treball, de les relacions socials i del mateix subjecte bé mereixen una anàlisi, tant pel seu potencial a l'hora de descobrir aspectes i angles conceptuals que fins ara no hem analitzat com per la seva enorme influència posterior.

Tanmateix, de tot l'extens llegat conceptual de Marx aquí només recollirem aquells aspectes que tinguin a veure amb el significat, l'abast i la funció de la propietat privada en la configuració

---

<sup>104</sup> Ens estem referint aquí a la rellevància de Marx com a estudiós de la gènesi i naturalesa del capitalisme i de la relació entre aital sistema i l'emergència de l'individu modern i la propietat privada. Per descomptat, això no implica cap mena de valoració sobre els principis ideològics, polítics i ètics de Marx davant l'anarquisme o el socialisme en les seves diferents variants.

de l'individu modern, ja sigui d'una manera explícita o indirecta, així com el lligam —segons ell, directe i substancial— entre propietat privada i alienació. En canvi, deixarem de banda les qüestions més estrictament econòmiques, com ara els processos d'acumulació capitalista, així com el seu paper com a impulsor i catalitzador del comunisme. De tot això se'n deriva, lògicament que el nostre interès raurà en el Marx analista i teòric, no en el Marx ideòleg i revolucionari, i això malgrat que, com és ben sabut<sup>105</sup>, ambdós aspectes eren indestruïbles per a ell.

Fets aquests aclariments, el primer que cal esmentar és que Marx postula, de manera rotunda i inequívoca, la naturalesa intrínsecament social de l'ésser humà. No només rebutja de pla la dicotomia liberal entre l'individu, entès com una entitat autònoma que es relaciona amb els altres a través de la transacció mercantil o mitjançant l'acord, i que veu en l'Estat, o fins i tot en la societat, una realitat tal vegada indispensable i útil, però potencialment enemiga de la llibertat individual i, en tot cas, aliena a ell, contraposada, sinó que formula una visió alternativa, en què els trets, el pensament i la idiosincràsia personals són fruit de les relacions socials, mentre que la societat, al seu torn, és el producte de la praxis dels seus membres, i no pas un ens abstracte i aliè al subjecte. Parlar d'individu o de societat, doncs, és indestruïble de parlar de les relacions socials, de la vida en comú:

L'essència humana de la naturalesa no existeix més que per a l'home social ja que només així existeix per a ell com a vincle amb l'home, com a existència seva per a l'altre i la de l'altre per a ell, com a element vital de la realitat humana. Només així li esdevé la seva natural existència humana, la naturalesa esdevé home. Per tant, la societat és la unitat essencial perfecta de l'home amb la naturalesa. (Karl Marx. *Manuscrits econòmic—filosòfics*: I, V, 1991 : 149).

I, per si en quedava algun dubte, ho rebla tot afirmant:

Sobretot, cal evitar fixar de nou la societat com una abstracció davant l'individu. L'individu és l'ésser social [...]. La vida individual i la vida d'espècie no són diferents per més que, necessàriament, la forma d'existència de la vida individual sigui una forma més particular. (Karl Marx. *Op. Cit.*, I, VI : 150).

Ara bé, el nucli de l'activitat social i, sobretot, allò que fa possible l'existència mateixa de la societat, és el treball. Cobrir les necessitats bàsiques de la població constitueix l'activitat social

---

<sup>105</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió, la XI Tesis sobre Feuerbach, on Marx afirma textualment que "Els filòsofs no han fet més que interpretar de diverses maneres el món; però del que es tracta, ara, és de transformar-lo". (Extret de: Karl Marx. *El manifest comunista. Onze tesis sobre Feuerbach*. Vilassar de Mar: Oikos-Tau, 1986).

més important i, sobretot, és la condició de possibilitat de totes les altres activitats socials i, per tant, el motor de l'activitat humana, de la història:

El primer pressupòsit de tota existència humana, i per tant de tota història: el pressupòsit que els homes han de ser capaços de viure per poder fer història. Per a viure, però, cal sobretot menjar, beure, allotjament i vestit, i encara alguna cosa més. [...] El segon pas és que, satisfeta aquesta primera necessitat, l'acció de satisfer-la i l'instrument, ja adquirit, de la satisfacció, duen a noves necessitats, i aquesta producció de noves necessitats és la primera acció històrica. (Karl Marx. *La ideologia alemanya*, 1987 : Vol. 1: Feuerbach : 61-62).

Però el treball no és tan sols l'activitat social més imprescindible i la condició de possibilitat de totes les altres, sinó que és, si més no en principi, una forma de desenvolupar el potencial humà. A través de l'activitat productiva, no només transformem el món i entrem en relació amb els altres, sinó que, a més, desenvolupem el talent i les habilitats de cadascú:

La producció pràctica d'un món objectiu, l'elaboració de la naturalesa inorgànica, és la confirmació de l'home com a ésser pertanyent a una espècie conscient [...]. Per tant, precisament en l'elaboració del món objectiu l'home es confirma realment com a ésser. (Karl Marx. *Manuscrits...* : I, XXIV : 118).

En conseqüència, l'activitat econòmica —allò que hom produeix, la tecnologia i els recursos materials que hi empra, les relacions socials que hi estableix i el marc jurídic i contractual que en regula l'activitat— és el fonament, la base de tota col·lectivitat i de llurs institucions socials i polítiques:

Aquesta, en fi, és la realitat: determinats individus que, d'una forma determinada, són productivament actius, entren en aquestes relacions socials i polítiques determinades [...]. L'estructura social i l'Estat són sempre el resultat del procés de la vida de determinats individus, però de tals individus no pas tal com poden aparèixer en la representació pròpia o d'altri, sinó tal com són realment, és a dir, tal com operen, tal com produeixen materialment. (Karl Marx. *La ideologia alemanya* :1 (Feuerbach) : 52).

Tant és així que no només l'estructura social i l'Estat en depenen, sinó que també la cultura, els costums, les idees, creences i valors es configuren en concordança amb la base econòmica, amb les relacions socials que es deriven de l'activitat productiva. Aquesta darrera és, doncs, el factor més important, el més definitori i decisiu, dels trets de qualsevol societat i, alhora, el motor del canvi històric:

La moral, la religió, la metafísica i qualsevol altra ideologia, així com les formes de consciència corresponents, no mantenen gaire més temps l'aparença d'autonomia. No tenen història ni desenvolupament propis, sinó que a mesura que els homes desenvolupen la pròpia

producció material i les relacions materials, alhora que modifiquen llur realitat modifiquen també llur pensament i els productes d'aquest pensament. No és la consciència la que determina la vida, sinó la vida la que determina la consciència. (*Ibidem* : 54).

El problema, però, és que el treball, lluny de ser l'eina principal de desplegament del potencial humà i un catalitzador de la seva vida social, s'ha convertit en tot el contrari, en font d'opressió, patiment i, sobretot, alienació, de pèrdua dels atributs propis de l'ésser humà. Aquesta alienació es desplega a tres nivells:

En primer lloc, el treballador —cosa que, en la societat capitalista, equival a dir l'assalariat— veu com el producte del seu treball, del seu esforç, s'ha convertit en una cosa estranya, aliena; no li pertany a ell, sinó al capitalista, que és qui decideix quin ús se'n fa, quan i com.

En segon lloc, tot el procés de treball —el ritme, les instruccions de com dur-lo a terme, els procediments— escapa al seu control. Lluny de permetre-li sentir-se realitzat, veu com la seva personalitat resta anul·lada, tot negant-li la més mínima manifestació de la seva subjectivitat.

En tercer lloc, el treballador es veu privat d'una existència vital i material mínimament digna. La riquesa que genera el seu esforç és acaparat pel capitalista, mentre que llur existència es veu, sovint, condemnada a la pobresa i la manca dels béns més necessaris.

Per últim, però no per això menys important, es produeix l'alienació entre les persones. Tractar l'altre com un mitjà —ja sigui com un obrer a qui explotar, com un client a qui convèncer que adquireixi el producte que volem vendre, com un competidor pel lloc de treball o com un empresari a qui exigir-li un sou— esdevé la pauta hegemònica de les relacions socials. I, atesa la naturalesa intrínsecament social de l'ésser humà, estar alienat dels altres equival a restar alienat d'allò que ens fa específicament humans, tant a nivell individual com col·lectiu:

Una conseqüència immediata del fet que l'home estigui alienat del producte del seu treball, de la seva activitat, de l'ésser de la seva espècie, és l'alienació entre els homes. Quan l'home s'oposa a si mateix, s'oposa també a l'altre home. (Karl Marx. *Manuscrits...* : I, XXIV : 119).

Per què es produeix aquesta alienació amb totes les variants esmentades? Com és que el progrés tecnològic, lluny d'alliberar l'ésser humà de les tasques més feixugues, el fa més esclau del treball i més dominat per allò que ell mateix produeix? Atès que el treball és una realitat social, la clau de la resposta no es troba en qüestions d'àmbit tecnològic o organitzatiu, sinó que rau en el tipus de vincle laboral i professional que s'estableix; en el fet que el fruit del seu producte no li pertany, sinó que és en mans d'un altre; d'un altre que li és "hostil", és a dir, que té interessos antagònics i que, per tant, estableix amb el treballador una relació d'explotació:

La relació de l'home amb si mateix només se l fa objectiva, real en la seva relació amb els altres homes. Per tant, si el producte del seu treball, del seu treball objectivat, li resulta un objecte aliè, hostil, poderós, independent d'ell, és que es tracta d'un objecte dominat per un altre home que li és aliè, hostil, poderós, independent d'ell. (*Ibidem*, 121).

I, sota un sistema capitalista, aquest “home que li és aliè, hostil, poderós”, només pot ser el propietari; més ben dit, el capitalista. Cosa que equival a dir que hi ha un vincle poderós, intrínsec, entre alienació i propietat privada dels mitjans de producció.

Tanmateix, la “propietat privada” moderna no és quelcom que vingui donat d'antuvi, quelcom que tingui uns trets definits i obvis, sinó que és el resultat d'un procés històric; un procés que, més enllà de les formes institucionals, jurídiques i culturals que adopti, s'explica, en darrer terme, per l'evolució de la divisió del treball:

Els diferents graus de desenvolupament de la divisió del treball són altres tantes formes diferents de la propietat; és a dir, cada nou estadi de la divisió del treball determina també les relacions recíproques entre els individus respecte al material, a l'instrument i el producte del treball. (Karl Marx. *La ideologia alemanya*. I, 1 (Feuerbach) : 48).

Així doncs, la propietat privada entesa com quelcom que adquireix i posseeix el capitalista —i no pas, per posar un exemple, els estris que pugui posseir el mestre d'un ofici gremial<sup>106</sup>— i que pot acumular indefinidament, és un fenomen relativament recent, producte d'un determinat grau de desenvolupament tecnològic i material i d'unes relacions de producció específiques; dit breument: de l'emergència i consolidació del capitalisme. Doncs bé, aquesta modalitat històricament determinada de propietat privada constitueix justament el marc sota el qual opera l'alienació, en tant en quant el fet que les persones que treballen no en siguin propietàries equival a manllevar-li el fruit del seu esforç i talent, a imposar-li criteris, ritmes i pautes i, per últim, a entrar en una lògica mercantil de les relacions que s'estableixen en el procés productiu.

Tanmateix, la relació també opera a la inversa: la propietat privada pot ser entesa com el resultat lògic, com el producte necessari del treball alienat. És mitjançant l'alienació a la feina que el treballador passa a establir uns determinats vincles socials, una determinada relació de subordinació (envers l'empresari) o de competència (envers altres treballadors). Aquest tipus

---

<sup>106</sup> Convé remarcar, una vegada més, que propietari i capitalista no són el mateix. Com ja hem tingut ocasió d'esmentar diverses vegades, allò realment distintiu del capitalisme no és la propietat privada, sinó el fet que sigui el capitalista —la persona física o jurídica que té diners per a invertir— qui n'adquireix les més importants i, sobretot, les més productives; sovint, en detriment dels seus anteriors propietaris. Sobre aquesta qüestió, vegeu: Josep Fontana. *Capitalisme i democràcia: 1725-1848: com va començar aquest engany*. Barcelona: Edicions 62, 2019. I també: Nancy Fraser i Rachel Jaeggi. *Capitalism: a conversation in critical theory*. Cambridge: Policy Press, 2018.

d'alienació engendra, de manera necessària i inevitable, la propietat privada tal i com s'entén en un sistema capitalista:

Mitjançant el treball alienat, estranyat, el treballador posa en relació amb aquest treball homes que estan fora del treball i a qui els és aliè. La relació del treballador amb el treball produeix la relació del capitalista [...]. La propietat privada es deriva així analíticament del concepte de treball alienat, és a dir, de l'home alienat, del treball alienat, de la vida alienada, de l'home estranyat. (*Ibidem* : 122).

Per tant, entre propietat privada, capitalisme i alienació en totes les seves dimensions hi ha un vincle estret, necessari, inevitable. Convé, no gensmenys, remarcar que no són les condicions, sovint tan penoses, de treball, els sous insuficients o la mercantilització de les relacions socials allò que fa que el treball sigui alienant, sinó que, ben al contrari, aquests trets són una conseqüència lògica i ineluctable del tipus de relació que s'estableix entre productors i capitalistes. I igualment convé insistir en el fet que, atès que l'esfera productiva és, també i sobretot, una esfera social —de fet, i tal i com ja hem vist, és la condició de possibilitat de la resta de lligams socials—, l'alienació afecta de manera profunda, radical i irrevocable la manera en què hom es relaciona amb els altres. El treball alienat converteix, doncs, el treballador —ell i tots els altres— en mercaderia. Cosa que equival a dir que, sota la propietat privada inherent al capitalisme, el productor esdevé una mercaderia:

El treball no sols produeix mercaderies; es produeix a si mateix i al treballador com a mercaderia. (*Ibidem*, 110).

... I, al mateix temps, tracta els altres com a mercaderies, deshumanitzant-se a si mateix a mesura que deshumanitza l'altre:

La producció produeix l'home no sols com una mercaderia, la mercaderia humana, l'home en la condició de mercaderia, sinó que conforme a aquesta condició el produeix com un ésser deshumanitzat tant psíquicament com corporalment. (Karl Marx. *Manuscripts...*, II : 129).

Des d'aquest punt de vista, la crítica a la relació econòmica entre assalariat i capitalista no prové només del fet que el sou del primer representa tan sols una part del valor produït, mentre que la resta —la plusvàlua<sup>107</sup>— queda en mans del capitalista, sinó que també prové del fet que el salari és

---

<sup>107</sup> Aquest qüestió, certament, ocuparà una part important en el pensament de Marx; més concretament, a la seva darrera obra: *El capital*, del qual hi ha diverses traduccions al castellà i al català; en aquest darrer cas, l'edició més recent ha estat publicada a Barcelona per l'editorial Tigre de paper l'any 2018.

El salari és la conseqüència immediata del treball alienat, i el treball alienat és la causa immediata de la propietat privada. (Kar Marx. *Manuscrits...* : I : 123).

Més enllà de l'estret i inevitable lligam entre alienació, sou i propietat privada, el fet és que la mercantilització de les relacions també es fa extensible al vincle que s'estableix entre venedor i client, entre comprador i venedor. I és que al capdavant la incidència social, personal i cultural d'aquesta darrera abasta molts aspectes, essent un dels més significatius la cobdícia, l'interès i la instrumentalització de l'altre, la seva deshumanització per convertir-lo en una *cosa*, en quelcom a qui vendre comprar o llogar:

Dins de la propietat privada [...] tot home especula sobre la manera de crear a l'altre una nova fretura per imposar-li un nou sacrifici, per lligar-lo a una nova dependència i per seduir-lo amb nous gaudis [...]. Cadascú cerca d'adquirir una facultat aliena sobre l'altre per satisfer la seva pròpia fretura egoista. (Karl Marx. *Manuscrits...* : *addenda al segon manuscrit, XXXI* : 186).

En definitiva, doncs, propietat privada, capitalisme, alienació i instrumentalització de les relacions humanes van de la mà, formen un tot indissociable. I, atès que l'estructura econòmica —la tecnologia, les maneres de produir i les relacions socials que regeixen la relació entre totes les persones i sectors involucrats en l'esfera econòmica— són la base sobre la qual se sustenta tota la superestructura, tot l'entrellat institucional, polític, social i cultural, mentre persisteixi la propietat privada, també persistiran, de manera inexorable, l'alienació i la instrumentalització de l'ésser humà<sup>108</sup>. Acabar amb ella és, per tant, condició *sine qua non* per a menar una vida digna i plenament humana:

Religió, família, estat, dret, moral, ciència, art, etc., són només formes especials de la producció i segueixen la seva llei general. La superació positiva de la propietat privada com a apropiació de la vida humana és, per tant, la superació positiva de tota alienació, o sigui, el retorn de l'home des de la religió, la família, l'estat, etc., a la seva existència humana, és a dir, social. (*Ibidem*, V : 148).

D'on es deriva que l'essència del comunisme, el seu punt cardinal, és la supressió de la propietat privada i, per extensió, de l'entrellat social, institucional, jurídic i cultural que se'n deriva:

---

<sup>108</sup> Alguns crítics de Marx consideren que el concepte d'alienació i, més en general, el seu rebuig frontal al capitalisme i la propietat privada serien fruit d'un voluntarisme, d'una opció merament ideològica sense cap fonament empíric i/o lògic. Aquesta és, per exemple, la tesi d'Antonio Escobedo al segon volum de *Los enemigos del comercio: una historia de la propiedad privada* (2011) quan afirma que taxativament que "El materialismo de Marx no remite a postulados de alguna ontología razonada en términos lógicos [...] su materialismo es una forma extrema de voluntarismo" (p. 426). Amb tot, i a la llum dels factors i raonaments aquí exposats, tot sembla indicar que el posicionament de Marx no és només el resultat d'una opció ètica i ideològica determinada, sinó també d'un seguit de raonaments filosòfics i històrics argumentats amb cura i que, independentment de si es comparteixen o no, no poden ser titllats de mer discurs voluntarista.

L'ateisme és l'humanisme conciliat amb si mateix mitjançant la superació de la religió i el comunisme és l'humanisme conciliat amb si mateix mitjançant la superació de la propietat privada. Només mitjançant la superació d'aquesta mediació —que malgrat tot és un pressupòsit necessari— s'arribarà a l'humanisme que comença positivament a partir de si mateix a l'humanisme positiu<sup>109</sup>. (*Ibidem* : 184).

### **Sigmund Freud: l'inconscient i la complexitat del jo**

Com ja hem tingut ocasió de veure, les bases conceptuals del jo modern provenen de dues grans branques: la Il·lustració i el Romanticisme. Si el primer assenta les bases de l'individu entès com un ens autònom, capaç de lluitar pels seus interessos i titular d'un seguit de drets inalienables —entre els quals figura, i en un lloc ben destacat, el de la propietat privada—, el segon juga un paper clau a l'hora de concebre'l com un ésser únic i diferent, en tant en quant està dotat no tan sols de sentiments i emocions genuïns i sovint contraposats a l'ordre social, sinó també de creativitat, de capacitat per a esdevenir un agent actiu. En qualsevol cas, i més enllà de les diferències, hi havia un element que ambdós corrents donen per descomptat: el jo era entès com un ens únic i coherent<sup>110</sup>. Certament, el Romanticisme contraposa una capa o nivell “extern”, marcat per l'acatament als convencionalismes i als rols establerts, amb un altre “d'intern”, on rauen els impulsos i sentiments genuïns, però el punt de partença d'aquesta dicotomia és, justament, la presumpció que hi ha un únic jo veritable —l'intern—, per molt amagat que pugui romandre.

Aquesta concepció unitària del jo és, justament, allò que es comença a qüestionar, i de manera radical, arran de les aportacions de Sigmund Freud. La psique humana no funciona com un tot, sinó que té diversos nivells, cadascun dels quals obeeix a una lògica diferent que, sovint, entra en conflicte amb els altres. Per tant, el comportament de cadascú pot obeir a motius i impulsos contradictoris. Més encara: per primera vegada es contempla la possibilitat no tan sols que una part important del jo resti “amagada” als altres, al conjunt de la societat, sinó també obertament desconeguda per al mateix individu, inaccessible a la consciència, de manera que el gruix de l'actitud i el comportament humans estaria determinat, en darrer terme, per impulsos i factors dels quals hom n'ignora la procedència, la naturalesa i fins i tot la seva existència. Es

---

<sup>109</sup> És habitual contraposar un “primer Marx” de caire humanista i que tindria en els *Manuscrits* un dels seus textos paradigmàtics, amb un segon Marx més “científic”, més centrat en l'economia política i en el desenvolupament rigorós del materialisme dialèctic. Es tracta d'una discussió complexa que ultrapassa de llarg el marc d'aquest treball. Amb tot, cal deixar constància del fet que fins i tot aquest darrer Marx tindria sempre present la voluntat de superar, mitjançant l'abolició de la propietat privada i la superestructura que se'n deriva, l'alienació i l'explotació.

<sup>110</sup> Amb tot, hi ha una excepció: David Hume, qui, des d'un postulat empirista radical, va qüestionar obertament la noció d'unicitat i coherència del jo. Vegeu, sobre aquesta qüestió, l'apartat que li hem dedicat en aquesta recerca.



tracta, en definitiva, d'una perspectiva prou innovadora —i prou angoixant— com per a dedicar-li un apartat.

Tanmateix, encara hi ha un altre motiu que justifica l'atenció que se li presta en aquesta recerca: la contraposició entre el "principi de plaer", que vindria donat per l'impuls per a satisfer, amb caràcter lliure i immediat, els impulsos genuïns de cadascú, i el "principi de realitat", consistent en controlar, posposar o fins i tot intentar anul·lar aitals impulsos per tal d'obtenir seguretat, reconeixement i benestar; per tal, en definitiva, de supeditar les inclinacions genuïnes de cadascú als valors, rols i prejudicis de l'ordre social imperant. Una dicotomia que, com tindrem ocasió de veure, ha jugat un paper bàsic tant en el capitalisme clàssic com en l'actual. Per bé que, en aquest darrer, es dona la paradoxa que l'estimulació del principi de plaer esdevé útil. Una font potencial d'increment de guanys.

Entrem, però, en matèria: la psicoanàlisi freudiana té el seu punt de partença i el seu fonament últim en una visió de mecanicista de l'ésser humà, fortament hereva del positivisme científic imperant a finals del segle XIX i primeres dècades del segle XX. En concret, Freud parteix de la visió de l'individu com un ens sotmès a uns impulsos psíquics que, en darrer terme, són l'expressió d'uns inputs biològics, basats en l'imperatiu de la supervivència i la reproducció:

Se nos muestra la pulsión como un concepto límite entre lo anímico y lo somático, como un representante psíquico de los estímulos procedentes del interior del cuerpo que arriban al alma y comunican una magnitud de la exigencia de trabajo impuesta a lo anímico a consecuencia de su conexión con lo somático. (Sigmund Freud. *Algunas observaciones sobre el concepto de lo inconsciente en el psicoanálisis*, 1912 : 252)<sup>111</sup>.

Un altre pilar que es deriva d'aquest enfocament mecanicista és el binomi plaer/desplaer com a puntal últim del funcionament de l'organisme i la psique:

Cuando el objeto llega a ser fuente de sensaciones de placer, surge una tendencia motora que aspira a acercarlo e incorporarlo al yo. Hablamos entonces de atracción [...]. Inversamente, cuando el objeto es fuente de displacer, nace una tendencia que aspira a aumentar su distancia del yo [...]. Sentimos la repulsa del objeto y lo odiamos. (Sigmund Freud. *Las pulsiones y sus destinos*, 1915 : 267).

---

<sup>111</sup> L'any correspon a la data d'edició original de l'obra. Tant en aquest cas com en totes les altres obres de Sigmund Freud que s'aniran esmentant (a excepció del *Malestar en la cultura*) s'han extret de: *Textos fundamentales del psicoanálisis*. Barcelona: Altaya, 1993. Per tant, les pàgines que s'indiquen corresponen a la paginació d'aquesta darrera obra.

Dels imperatius biològics se'n desprèn l'existència de les pulsions, enteses com tendències orgàniques que, en formar part de la psique, esdevenen forces motores inapel·lables però que, a diferència de l'instint animal, són més flexibles. En paraules de Freud, són

Una tendencia propia de lo orgánico vivo [...], una especie de elasticidad orgánica o, si se quiere, la manifestación de la inercia en la vida orgánica. (Sigmund Freud. *Más allá del principio de placer*, 1920 : 304).

Les pulsions bàsiques de l'ésser humà són dues. La primera és de caire sexual. Indissolublement lligada a l'imperatiu biològic de la reproducció abasta, no obstant això, un ventall d'impulsos i comportaments que excedeixen d'allò que normalment entenem per sexualitat, per incloure no només l'erotisme, sinó també aspectes com ara els lligams de parentiu o l'amor o l'amistat:

El amor procede de la capacidad del yo de satisfacer autoeróticamente, por la adquisición de placer orgánico una parte de sus movimientos pulsionales. Originariamente narcisistas, pasa luego a los objetos que han sido incorporados al yo ampliado y expresa la tendencia motora del yo hacia esos objetos, considerados como fuentes de placer. Se enlaza íntimamente con las pulsiones sexuales y, una vez realizada la síntesis de estas pulsiones, coincide con la totalidad de la tendencia sexual. (Sigmund Freud. *Algunas observaciones sobre el concepto de lo inconsciente en el psicoanálisis*, 1912 : 269).

En un primer moment, Freud postula que la segona pulsio és l'odi, entès com la plasmació psíquica del rebuig a tot allò que impedeix el plaer i/o provoca malestar i dolor. Tanmateix, ben aviat modifica aquest esquema i el substitueix per un altre, semblant en la forma, però no pas en el fons: l'oposició entre eros, entès com aquella pulsio que mena tant a la reproducció com a la creació de vincles socials, i la pulsio de l'autoconservació del jo, que sovint genera impulsos de rebuig a tot el que pugui posar-la en perill:

El odio [...] como expresión de la reacción de displacer provocada por los objetos, permanece siempre en íntima relación con las pulsiones de conservación del yo, de manera que las pulsiones del yo y las sexuales entran fácilmente en una oposición que reproduce la del amor y el odio. (Sigmund Freud, 1912 : 170).

De fet, les pulsions de conservació tendeixen a l'immobilisme i, en últim extrem, a la mort:

Las pulsiones del yo son pulsiones parciales, destinadas a asegurar al organismo su peculiar camino hacia la muerte y a mantener alejadas todas las posibilidades no inmanentes de retorno a lo orgánico. (Sigmund Freud. *Más allá del principio de placer*, 1920 : 307).

Aquesta pulsó de conservació que, en darrer terme, és una pulsó de mort mena, per llur pròpia idiosincràsia, a l'agressivitat i la lluita, ja sigui contra altres individus o contra el mateix jo. Així, la dicotomia inicial plaer—displaer acaba mutant, en el pensament freudià, en la dicotomia sexualitat (que, recordem-ho, a banda de les relacions de parella, fa possible l'existència de diversos vincles socials) i tanatos o mort, d'on neixen l'agressivitat i la violència:

Existen dos pulsiones, una de las cuales, el Eros, era la más visible y accesible al conocimiento e integraba no sólo la pulsión sexual propiamente dicha, sino también las emociones pulsionales coartadas en su fin y sublimadas derivadas d él, y la pulsión de autoconservación, que hemos de adscribir al yo. (Sigmund Freud, 1920 : 574).

Ara bé, ambdues pulsions romanen, bàsicament, amagades a la ment conscient. I, atès que el gruix dels sentiments, pensaments, així com del comportament, depèn d'aitals impulsos, la conclusió —absolutament cabdal en psicoanàlisi— és que el gruix de la psique humana és inconscient:

Un individuo es ahora, para nosotros, un *ello* psíquico desconocido e inconsciente, en cuya superficie aparece el yo [...]. El yo no envuelve por completo al *ello* sino que se limita a ocupar una parte de su superficie. (Sigmund Freud. *El yo y el ello*, 1923 : 559).

Però si l'allò, l'àmbit dels impulsos bàsics, roman ocult és perquè se'l reprimeix. Compte, però: en psicoanàlisi, la repressió no és, en absolut, sinònim de control conscient i volgut per part de l'individu, sinó que constitueix un mecanisme automàtic de defensa del jo en virtut del qual aquelles inclinacions, vivències i experiències que xoquen amb els valors i les idees que el subjecte considera inacceptables i que, per tant, no pot enquistar de manera adequada a la seva autoimatge es projecten cap a les zones inconscients de la ment, i tot això sense que el subjecte en sigui ni tan sols conscient. D'on es desprèn que, a diferència de la preconsciència, entesa com aquell conjunt d'experiències que l'individu no recorda en un moment donat però que, eventualment, poden arribar a ser viscudes conscientment, l'inconscient no pot emergir a la consciència de l'individu perquè topa amb una forta barrera, perquè és objecte d'una repressió, la intensitat i efectivitat de la qual rau, justament, en el fet de romandre desconeguda.

De fet, en l'esquema originari de Freud, els tres elements constitutius de la psique són la ment conscient, la preconscient i la inconscient. Més endavant, però, aquest esquema és substituït per la següent triada: l'allò, el conscient o jo, i el superjò. De l'allò, ja sabem que és l'àmbit de les pulsions eròtiques i de mort que romanen fora de l'abast de la consciència. Ens manca analitzar breument les altres dues:

El jo seria l'àmbit dels pensaments, sentiments i experiències viscudes de manera conscient per l'individu. Ara bé, el jo no roman aïllat, sinó que depèn estretament del context social i

cultural. Ho sap i ho accepta com una dada inqüestionable. Per tant, i tenint en compte que l'impuls d'evitar tot allò que pugui comportar dissort —el desplaer— és una constant en la psique humana, el jo intentarà adequar llur conducta al “principi de realitat”, als requeriments, normes i expectatives del context en què es mou l'individu. Això implica no només la determinació de controlar tot comportament i actitud que pugui resultar contraproduent sinó també, i sobretot, la tendència a reprimir —recordem-ho: de manera no conscient, amagada, automàtica— qualsevol impuls que posi en perill els interessos i la reputació del subjecte:

Fácilmente se ve que el yo es una parte del ello modificada por la influencia del mundo exterior [...]. El yo se esfuerza en transmitir a su vez al ello dicha influencia del mundo exterior, y aspira a sustituir el principio de placer, que reina sin restricciones en el ello, por el principio de la realidad. (Sigmund Freud. *El yo y el ello*, 1923 : 560).

Tanmateix, Freud insisteix en què allò reprimint mai no desapareix sinó que emergeix, transformat, d'una manera o una altra. Més encara: una cosa és impedir determinats comportaments i actes, i una altra cosa, molt més difícil, per no dir impossible, és impedir-ne el desig, les ganes, l'impuls. Doncs bé, és justament en aquest punt on cal situar el tercer element de la ment: el superjò. Resultat de la introjecció de la figura del pare entès com un ésser controlador, que amenaça les inclinacions edípiques de l'infant, emergeix com una mena de consciència moral que castiga no ja els actes “inapropiats”, sinó també qualsevol desig o inclinació d'aquesta mena. Semblantment a l'allò, opera de manera inconscient i escapa, doncs, a la voluntat del subjecte. Tanmateix, i a diferència de l'allò, el seu principi és l'acatament de les normes i valors imperants, generant com a resultat un sentiment de culpabilitat, una “mala consciència” l'origen real de la qual és desconeguda pel jo:

Habiendo reconocido en los padres, especialmente en el padre, el obstáculo opuesto a la realización de los deseos integrados en dicho complejo [el complejo de Edipo], el yo tuvo que robustecerse para llevar a cabo su represión, creando en sí mismo tal obstáculo [...]. El superyó conservará el carácter del padre, y cuantos mayores fueron la intensidad del complejo de Edipo y la rapidez de su represión (bajo la influencia de la autoridad, la religión, la enseñanza y las lecturas) más severamente reinará después sobre el yo como conciencia moral, o quizá como sentimiento inconsciente de culpabilidad. (Sigmund Freud, 1923 : 570—571).

El superjò és, doncs, una instància psíquica molt important en l'individu, però també ho és a nivell col·lectiu. Constitueix la base de la religió i la moral, i és l'element clau per a entendre com les normes i valors són no tan sols acatats, sinó també interioritzats:

La religión, la moral y el sentimiento social [...] constituyeron primitivamente una sola cosa. [...] Fueron desarrollados filogenéticamente del complejo paterno; la religión y la moral, por el sojuzgamiento del complejo de Edipo propiamente dicho, y los sentimientos morales, por el

obligado vencimiento de la rivalidad ulterior entre los miembros de la joven generación.  
(Sigmund Freud, 1923 : 572).

El resultat de tot plegat és que el subjecte no és —*no pot ser*— entès com un tot coherent que roman sota el control volitiu del jo. El control d'un mateix, la llibertat i l'autodeterminació personals són un miratge, més que no pas una fita factible:

Normalment res no ens resulta és segur que el sentiment d'un mateix, del nostre propi jo. Aquest jo ens apareix autònom, unitari, ben diferenciat de tota la resta. Que aquesta aparença és enganyosa, que el jo més aviat continua cap endins sense límits precisos vers una entitat psíquica inconscient que nomenem allò —al qual com qui diu fa de façana—, només ens ho ha ensenyat la investigació psicoanalítica. (Sigmund Freu. *El malestar en la civilització*<sup>112</sup>, 2008 : 27).

Ja tenim els elements i els mecanismes bàsics de funcionament de la psique, i ja hem començat a albirar el tipus de relació que mantenen amb la realitat social que envolta el jo. Ens manca, però, aprofundir més en la complexa (i conflictiva) relació entre individu i societat. Una relació necessària, i en principi positiva, en tant en quant la vida en comú permet afrontar amb més garanties d'èxit els reptes i perills que planteja una natura potencialment hostil i regular millor la convivència entre les persones. La pregunta, però, és a quin preu i a canvi de què:

Ha arribat el moment que ens preocupem per l'essència d'aquesta civilització, el valor de felicitat de la qual és posat en dubte [...]. La paraula civilització [kultur]<sup>113</sup> designa tot el conjunt de realitzacions i dispositius que allunyen la nostra vida dels nostres avantpassats originals i que està al servei de dos objectius: la protecció de la persona enfront de la naturalesa i la regulació de les relacions dels humans entre ells. (Sigmund Freud. *El malestar en la civilització*, 2008 : 57—58).

I, en aquesta obra, Freud ja avisa des de bon començament que la resposta a aquesta pregunta no és precisament positiva. La civilització, bo i haver permès millorar les condicions de vida, no mena a un major nivell de felicitat. Ans al contrari, el preu a pagar és ben alt: comporta i implica dissort, i això de manera necessària i inherent al mateix procés de civilització. Per què? D'entrada, perquè comporta una forta renúncia pulsional:

---

<sup>112</sup> Publicat a Barcelona per Accent editorial. L'original en alemany (*Das Unbehagen in der Kultur*) fou publicat l'any 1930, just en el moment en què, de la mà del crack borsari de 1929 i la greu depressió econòmica que el seguí, comença el meteòric ascens electoral d'Adolf Hitler.

<sup>113</sup> Sovint, el mot "kultur" que emprà Freud en aquesta obra ha estat traduït per "cultura"; de fet, el gruix de les traduccions en castellà d'aquest llibre porten per títol *El malestar en la cultura*. Amb tot, i atès que Freud utilitza aquest terme no en el sentit antropològic del terme sinó com a sinònim de progrés de les condicions materials de vida i de la convivència entre persones, en un procés que ens allunyaria dels perills i les mancances pròpies dels orígens de la humanitat, fa que, segons el nostre parer, l'opció d'en Josep-Maria Terricabas, traductor i autor del pròleg d'aquesta edició, de traduir "kultur" per "civilització" sigui plenament encertada.

És impossible passar per alt en quina gran mesura la civilització està construïda sobre la renúncia pulsional, i fins a quin punt tan important la civilització té precisament com a pressupòsit la no satisfacció (opressió, repressió, què si no?) de pulsions poderoses. Aquesta privació civilitzadora domina el gran àmbit de les relacions socials dels humans; ja sabem que és la causa de l'hostilitat contra la qual han de lluitar totes les civilitzacions. (Sigmund Freud, 2008 : 68).

Examinem amb més detall el perquè i el com d'aquesta renúncia pulsional. D'una banda, si bé és cert que la sexualitat —convenientment sublimada, és a dir, reconvertint la seva càrrega energètica, el seu fort impuls, en tota mena de lligams socials—, esdevé un catalitzador dels vincles intersubjectius, no és menys cert que, deixada lliurement i sense una estricta repressió, faria inviable el funcionament de la civilització. Una civilització que, al capdavall, requereix l'establiment d'uns rols sòlids i estrictes, incompatibles amb la libido lliure i espontània<sup>114</sup>. O, expressat en termes més precisos, necessita reconduir la libido, desviant-la de l'atracció sexual i portant-la vers el reforçament dels vincles comunitaris:

La civilització no en té prou amb els lligams que se li han concedit fins aquí, sinó que també vol lligar libidinalment entre sí els membres de la comunitat, que se serveix de tots els mitjans per aconseguir-ho, que afavoreix qualsevol camí per establir identificacions fortes entre ells i que, en la major mesura possible, mobilitza libido amb l'objectiu inhibit per enfortir els llaços comunitaris a través de relacions d'amistat. Per a l'acompliment d'aquests propòsits, la restricció de la vida sexual esdevé inevitable. (Sigmund Freud, 2008 : 80).

D'altra banda, tanatos, la pulsio de mort, constitueix una amenaça radical a l'essència mateixa de la civilització. El fet que, segons la psicoanàlisi, l'agressivitat no sigui quelcom circumstancial i acotat, sinó una pulsio, una tendència inherent a l'ésser humà, fa necessari que la civilització procuri controlar-la i, sobretot, reprimir-la:

L'home no és un ésser amable, necessitat d'amor, que, com a molt, també es defensa quan és atacat, sinó que, entre les seves aptituds pulsionals, també s'hi pot comptar una bona dosi d'agressivitat. [...] A conseqüència d'aquesta primera hostilitat dels humans entre ells, la societat civilitzada està constantment amenaçada de desintegració [...]. La civilització ho ha de mobilitzar tot per posar restriccions a les pulsions d'agressió dels humans. (Sigmund Freud, 2008 : 83-84).

---

<sup>114</sup> És ben conegut que el pessimisme de Freud sobre la possibilitat de compaginar la llibertat sexual i la civilització no fou compartida per una part gens menyspreable de psicoanalistes, i menys encara per Herbert Marcuse i altres intel·lectuals que, en el decurs dels anys 50 i 60 del segle passat, intentaren compaginar les idees de Freud amb les de Marx. Es tracta d'una qüestió que ultrapassa el marc de la present recerca; amb tot, paga la pena esmentar-ho. Un text paradigmàtic d'aquest intent de compaginar libido i civilització —sempre i quan hi hagi un capgirament radical de l'ordre polític, econòmic, social i cultural, una autèntica revolució de les estructures vigents— el tenim en el llibre *Eros i civilització* (1968), de Herbert Marcuse.

Un perill potencial que és encara més gran si tenim present que la pulsio de mort està lligada a l'afany de poder, a l'anhel d'omnipotència profundament arrelat en la psique humana:

La satisfacció de la pulsio de mort està connectada amb un gaudi narcisista extraordinàriament elevat, ja que mostra al jo l'acompliment dels seus antics desigs d'omnipotència. (Sigmund Freud, 2008 : 97).

Així doncs, tant el lliure desplegament d'Eros —la pulsio sexual— com el de Tanatos —la pulsio de mort i agressivitat—, són incompatibles amb la civilització, que els ha de controlar severament i, sobretot, reprimir. Una repressió que —recordem-ho— opera a nivell inconscient, tot recloent aquests impulsos en l'allò i impeding que emergeixin a la consciència. I, lògicament, aquesta repressió genera un malestar que és tant més intens com desconeguda n'és la causa per a la ment conscient.

Però això no és tot. Si reprenem el tercer element de la psique —el superjò—, constatem que aitals pulsions, per molt que puguin romandre inaccessibles al jo, no escapen al superjò, a la instància de control moral interioritzat en cadascú, la qual cosa genera un sentiment de culpabilitat molt intens; un sentiment que no s'atura per més efectives que siguin la capacitat d'autocontrol de l'individu i els mecanismes de socialització, sinó que, ben al contrari, s'accentua a mesura que aquests mecanismes són més eficaços i que, per tant, l'abisme entre el desig i allò que hom considera acceptable esdevé més i més gran:

La renúncia a la pulsio no ajuda prou, perquè el desig roman i no es pot dissimular enfront del superjò. Per tant, malgrat la renúncia realitzada, tindrà lloc un sentiment de culpa. [...]. Cada renúncia a la pulsio esdevé [...] una font dinàmica de la consciència, cada nova renúncia n'augmenta el rigor i la intolerància. (Sigmund Freud, 2008 : 104-106).

I és justament en aquest punt on (re)apareixen les pulsions d'agressivitat. De la mà del sentiment de culpabilitat originat pel sever control del superjò, l'agressivitat és projectada contra el mateix individu en forma d'autoodi i desig de càstig:

L'agressió és introjectada, interioritzada, però, de fet, reenviada cap al lloc d'on ha vingut; per tant, és dirigida contra el propi jo. Allà és assumida per una part del jo, que s'oposa a la resta com a superjò i que ara, com a consciència, manifesta contra el jo la mateixa estricta predisposició a l'agressió que el jo hauria satisfet gustosament en altres individus forasters. La tensió entre el rigorós superjò i el jo que s'hi sotmet, l'anomenem consciència de culpa. (Sigmund Freud, 2008 : 99-100).

Tot i que la neurosi i el sentiment de culpabilitat són processos que s'experimenten a escala individual, també tenen lloc a nivell global, a nivell de civilització. De fet, els ideals ètics vindrien a representar un paper anàleg al de la consciència a nivell individual. I, semblantment al que

succeeix amb aquests darrers, com més elevats i exigents són aquests ideals, com més “civilitzats” són, més creix el sentiment col·lectiu de culpabilitat i, per tant, el malestar:

Es pot sostenir que també la comunitat configura un superjò sota la influència del qual s'efectua el desenvolupament de la civilització [...]. El superjò de la civilització ha format els seus ideals i planteja les seves exigències. Entre aquestes darreres, les que fan referència a les relacions dels humans entre ells es recopilen en l'ètica. En totes les èpoques s'ha donat el major valor a aquesta ètica, com si d'aquesta, precisament se n'esperessin assoliments particularment importants. I, realment, l'ètica es dirigeix cap al punt que es pot reconèixer fàcilment com el lloc més vulnerable de cada civilització. (Sigmund Freud, 2008 : 122-123).

El resultat final de tot plegat és el malestar crònic; un malestar del qual hom en desconeix l'origen i la casuística, semblantment al que succeeix a nivell individual, i que lluny d'apaivagar-se amb els progressos de la civilització, tendeix a accentuar-se. Els avantatges que comporta la civilització tenen, doncs, un preu elevat, en forma de dissort:

El sentiment de culpa [és] el problema més important de l'evolució de la civilització i [...] que el preu a per al progrés de la civilització es paga amb pèrdua de felicitat. (Sigmund Freud, 2008 : 113).

Arribats a aquest punt, convé emfasitzar que la dissort acompanya la civilització —*qualsevol* mena de civilització— de forma inevitable. De fet, Freud esmenta de manera explícita el seu pessimisme sobre la creença que una eventual revolució comunista pugui posar fi a aquest malestar. Paga la pena prestar-hi atenció, ja que incideix directament amb la qüestió de la propietat: contràriament a les tesis marxistes, Freud argumenta que suprimir la propietat privada i acabar, així, amb la societat de classes, no canviaria en essència la situació. I no la canviaria perquè l'origen últim de la problemàtica no és de caire socioeconòmic ni polític, sinó que rau en la necessitat ineludible que té tota civilització de reprimir les tendències i impulsos profunds de la psique humana, cosa que mena necessàriament al sentiment de culpabilitat, a la conversió de l'agressivitat i la pulsio de mort en autoagressivitat i, en definitiva, a la dissort:

L'agressió no ha estat creada per la propietat —aquesta dominava gairebé de forma il·limitada en èpoques primitives, quan la propietat encara era molt pobra; ja es mostra en la primera infància que, a penes la propietat ha abandonat la seva forma anal primitiva, l'agressió constitueix el pòsit de totes les relacions de tendresa i amor. [...]. I és que el tret indestructible de la naturalesa humana també la seguirà allà on sigui. (Sigmund Freud, 2008 : 86-87).



## CONCLUSIONS D'AQUEST APARTAT: AFINITAT (I TENSIONS) ENTRE INDIVIDU I MODERNITAT

Ara que hem arribat a la fi de l'anàlisi de la gènesi i consolidació de la noció moderna d'individu i del paper que hi té la propietat privada, així com dels primers teòrics que s'ho qüestionen de manera radical i metòdica, és el moment de recapitular i extreure les conseqüències lògiques dels diferents discursos sobre aquestes qüestions i la seva relació amb l'Estat i el capitalisme.

Si ens centrem en la gènesi sobre l'imaginari modern de l'individu, la primera constatació és que no hi un únic discurs, sinó diversos, i no sempre coincidents. Per descomptat, hi ha grans diferències entre la concepció mecanicista del jo, entès com un conjunt articulat de passions i interessos que segueix una lògica previsible, i el jo romàntic, que té quelcom d'inefable i incognoscible. I, paral·lelament, hi ha també una dicotomia entre la voluntat d'articular un pacte social que obeeixi a uns dissenys racionals, i l'impuls a la rebel·lió guiada per les pulsions i per la revalorització d'allò no racional que hi ha en l'ésser humà. Tanmateix, resulta reduccionista, i fins i tot fal·laç en alguns aspectes, postular que hi ha dos blocs homogenis —el que arrenca de la tradició empirista i il·lustrada, d'una banda, i el que prové del romanticisme, de l'altra—, perquè, tal i com hem pogut comprovar, sovintegen ha diferències en el si de cadascun d'ells: entre l'individu sociable de Locke i Smith i l'insociable de Hobbes; entre el jo solitari de l'artista romàntic i el jo que s'afirma a partir del contacte amb els que comparteixen uns mateixos trets culturals (Herder i Fichte); entre el determinisme de Hobbes i el lliure albir de Locke (no exempt de certes regularitats, però en últim extrem, fruit de la determinació individual); entre la dialèctica jo - no ho de Fichte, complexa, però que al capdavall permet l'autoafirmació progressiva de cadascú, i el jo turmentat, agònic i farcit de contradiccions que, tanmateix, posseeix una certa lògica interna, d'Emma Bovary.

Una altra constatació és que el pensament il·lustrat tendeix a emfasitzar molt més la importància de la propietat privada i, per tant, el dret a tenir-ne, incloent-hi la possibilitat de comprar-la, vendre-la, llogar-la i, fins i tot, acumular-la en grans quantitats. En canvi, l'enfocament romàntic passa més de puntetes sobre aquesta qüestió o, en el cas de Rousseau, es mostra crític, arribant a convertir-la en la font bàsica de desigualtats i de conflictes. Aparentment, aquesta diferència seria un exponent de l'èmfasi il·lustrat i liberal en el creixement econòmic basat en una (presumpta) inclinació natural vers la possessió i la recerca de riquesa, en obert contrast amb el desdeny romàntic per la raó, el càlcul i les possessions materials. Tanmateix, la realitat és força més complexa. Cap dels pensadors aquí analitzats aposta, sense matisos, per una visió antropològica centrada en l'*homo oeconomicus*, en l'ésser humà entès com una màquina feta per a articular la seva vida al voltant de l'acumulació de béns i riqueses. De fet, les preocupacions per a articular un ordre social i moral que faciliti la convivència, la pau i fins i tot l'ordre moral són ben presents, fins i tot en Locke i en Smith. Tant, que un dels objectius de la seva aposta pel mercat i la propietat privada és, justament, la d'afavorir la pau. I és justament en aquest

punt on hi intervé el concepte d'interès. Un interès que no s'ha d'entendre com un mer sinònim de càlcul monetari, d'egoisme i de raó instrumental: tal i com argumenta detalladament Albert O. Hirschman (2014), els interessos abasten qualsevol conducta que intenti compaginar els impulsos amb les fites racionals i concretes que hom s'hagi fixat, i llur origen seria fruit no tant dels condicionants materials, dels requeriments de l'emergent capitalisme dels segles XVII-XVIII, sinó de la necessitat de trobar noves eines de socialització que garantissin la pau social, que possessin fi als nombrosos conflictes que assolaven la societat cortesana com a resultat de l'afany desmesurat per cercar prestigi i estatus a costa, si calia, d'arriscar la pròpia vida. En aquest context, acumular possessions seria no només una font bàsica d'ingressos i, per tant, de capital, sinó també una poderosa eina per a avançar cap a una societat més compromesa amb el pacte i la transacció que no pas amb el conflicte obert i disfuncional. Un raonament que Charles Taylor comparteix plenament:

El avance de esta nueva valoración de la vida comercial se podría trazar también en la recesión de la aristocrática ética del honor, en que se acentuaba la gloria ganada en la profesión militar. Claro que ello no se logró sin lucha, y una de las controversias vigentes en el siglo XVIII, al menos en Inglaterra, fue la batalla que disputaron esas dos posturas éticas. La postura "burguesa" acentuaba los bienes de producción, una vida ordenada y la paz: en resumen, acentuaba las actividades de la vida corriente. La otra acentuaba las virtudes de la vida cívica, el afán por asegurar fama y renombre, y otorgaba un papel central a las virtudes guerreras. (Charles Taylor. *Fuentes del yo: la construcción de la identidad moderna*, 2006: 394).

Una altra cosa —que la tesi de Hirschman y de Taylor no nega, sinó que més aviat corrobora— és que, en un exemple més de les conseqüències imprevistes de l'acció social, allò que en principi naixia motivat per cercar mecanismes no violents de resolució de conflictes acabés convertint-se en una eina bàsica i fonamental al servei de la consolidació i expansió del capitalisme.

Tornem, però, a la suposada dicotomia entre l'individu de l'empirisme il·lustrat i el del romanticisme: no només requereix alguns matisos, sinó que, en el fons, i malgrat llurs innegables divergències i contraposicions, hi ha un cert fil conductor entre ambdós. Imprevist, no volgut i farcit de tensions, sí, però real: si els primers senten les bases d'un jo que ja no forma part d'un ordre còsmic preestablert, ni tampoc d'un tot social immutable, sinó que, ben al contrari, esdevé un

Individuo soberano que no está vinculado por naturaleza a ninguna autoridad [sino que] la condición de estar supeditado a la autoridad es una condición que ha de crear. (Charles Taylor, 2006 : 268).

A aquest individu que, en virtut de llurs trets específics i llur tendència innata a l'autonomia, esdevé titular d'uns drets inalienables, els segons —el romàntics— hi afegiran tots aquells elements —el sublim, l'inefable, la rebel·lió, la creativitat, la singularitat— que fan d'ell un agent que no es limita a reaccionar davant els estímuls sinó que esdevé l'autor, l'artista del seu propi jo i de la realitat social

que l'envolta. Així, l'anhel il·lustrat de substituir les estructures tradicionals per un pacte social nou, més concordant amb la raó i la naturalesa humana, es veu complementat per l'impuls romàntic vers la lliure expressió de l'originalitat de què cadascú n'és portador potencial i la crida a fonamentar institucions com ara la comunitat, o fins i tot la nació en el seu conjunt, en els sentiments, en els lligams emocionals i afectius. Les solucions, clarament, varien força: des de l'absolutisme de Hobbes al parlamentarisme de Locke, passant pels mecanismes de democràcia directa i per la supeditació dels interessos privats a la voluntat general en Rousseau, però tots ells parteixen del supòsit que és possible —i, alhora, necessari— capgirar les velles estructures i erigir-ne de noves. I el mateix passa en la (nova) esfera privada, domèstica: les pautes ancestrals cedeixen pas al pacte, a l'acord voluntari o, fins i tot, al dret a desafiar tota convenció en nom de la fidelitat als dictats del “cor”, de l'essència única de cadascú. Així, la família i, per extensió, el conjunt de la vida domèstica, es legitima, en darrer terme, per ser l'expressió dels sentiments genuïns dels seus integrants.

I és justament en aquesta voluntat de capgirar les velles estructures, públiques i privades, i substituir-les per altres de noves i millors on trobem una afinitat, una confluència, entre gairebé tots els discursos que hem analitzat sobre l'individu i el capitalisme i l'Estat modern. En efecte: el primer necessita un procés de canvi continu —nous productes, nous mercats, noves tecnologies, noves necessitats— per al seu procés d'acumulació; el segon necessita suprimir o, si més o supeditar les antigues estructures comunitàries —església, gremi, aldea— per crear un nou cos —la societat<sup>115</sup>—, fonamentada no en la tradició o els afectes, sinó en la raó, en la legitimitat legal-racional, en termes weberians. Doncs bé, precisament en aquest punt és on trobem l'encaix —a priori, difícil— de l'èmfasi en la vessant social i comunitària de l'individu en Herder i Fichte: el nou Estat necessita legitimar-se en la nació, en la suposada existència d'uns trets col·lectius que uneixen els seus membres i, alhora, la singularitzen davant altres nacions. L'individu, un cop emancipat dels lligams tradicionals que el supeditaven a la comunitat i a la tradició, necessita nous vincles; justament, aquells que propugnen pensadors com Fichte i Herder que, en atorgar les bases teòriques i ontològiques a l'aleshores incipient nació-Estat, serveixen per a contraposar el pes de l'individualisme il·lustrat als nous requeriments polítics. Evidentment, el pols entre la tendència vers l'individualisme atomista inherent al llegat il·lustrat i l'èmfasi en la nació no ha estat, en absolut, exempt de tensions, i fins i tot de conflictes, però, al capdavall, ambdós discursos s'han reforçat mútuament, jugant un paper clau en la política, la societat i la cultura modernes.

Ben diferent són els casos de Karl Marx i Sigmund Freud. Aquí ja no estem davant d'uns textos que serveixen per a legitimar el capitalisme i l'Estat modern, ja sigui de manera volguda o no, sinó, ben

---

<sup>115</sup> Ens referim a la societat entesa, a la manera de Ferdinand Tönnies, com a associació” o “Gesellschaft, fruit d'un pacte racional entre individus autònoms, contraposada a la tradicional “comunitat”, és a dir, com a “Gemeinschaft”. Vegeu també, sobre aquesta qüestió, el capítol de la present recerca titulat “La perspectiva sociològica: comunitat i associació”.

al contrari, davant un intent de formular-ne una crítica frontal. Més visible en Marx —atac sense concessions a la propietat privada i al capitalisme, presumptes culpables de la pobresa, l'alienació i la manca real de democràcia, i aposta explícita per un canvi revolucionari que aposti per la propietat i gestió comunes—, i més soterrada, però no per això menys corrosiva, en el cas de Freud, en tant en quant la incompatibilitat radical entre les pulsions profundes i la civilització, així com els problemes que inevitablement engendra la repressió de les primeres, suposen atacar la condició mateixa de possibilitat de les societats liberal-burgeses, és a dir, l'existència d'individus que persegueixen llurs interessos i fixen llurs metes de manera conscient, racional i lliure. I que, en virtut d'aquests trets inherents, són capaços d'arribar a pactes i acords que, si més no, garanteixin la convivència i la resolució pactada dels possibles conflictes.

Que, en el cas de Marx i Freud, no hi hagi hagut aquesta confluència no vol dir, però, que les seves idees no hagin influït en els esdeveniments econòmics, polítics i socials. De fet, hi han incidit, i molt. Així, tant el capitalisme com l'Estat modern han hagut de fer front al marxisme de diverses maneres, que van des de la repressió fins a l'intent d'apaivagar i domesticar els plantejaments obertament revolucionaris mitjançant la millora dels salaris i les condicions de vida de les classes treballadores, però també la posada en marxa de mecanismes d'intermediació i negociació entre empresaris, assalariats i l'administració pública. I, pel que fa a la psicoanàlisi iniciada amb Freud, no tan sols ha influït poderosament en la construcció contemporània de la narrativa del jo<sup>116</sup>, sinó que, a més, ha facilitat el que ha estat un dels canvis més radicals de capitalisme i la societat modernes: el pas del control i repressió dels impulsos i desitjos a la seva estimulació i gestió. Per incrementar el consum i, per tant, els guanys, però també per cercar noves formes de legitimació. Al llarg dels propers capítols d'aquesta recerca tindrem ocasió d'incidir en aquests punts. Ara només ens limitem a anunciar-los com a exponents de la interrelació entre teoria i praxi, fins i tot en el cas de discursos marcadament crítics.

Recapitem: sense pretendre postular cap nexa causal, hi ha indicis substancials que el gruix d'aquests discursos —d'origen, índole i tarannà ben diferents però, a la pràctica, força complementaris— han exercit una influència gens negligible no tan sols a nivell cultural, sinó també en l'àmbit econòmic, social i institucional. Pensem, per posar uns breus exemples, en fins a quin punt la Declaració d'independència dels Estats Units de Nord-Amèrica, així com la seva constitució, són deutores de les tesis de Locke; fins a quin punt molts partits polítics, empresaris i intel·lectuals han emprat les tesis d'aquest autor, i sobretot les d'Adam Smith, com a elements legitimadors del capitalisme; fins a quin punt diversos —i diferents— moviments revolucionaris s'han inspirat en Marx,

---

<sup>116</sup> Aquesta és una qüestió que no abordarem perquè ultrapassa l'abast i els objectius de la present recerca. Únicament deixarem constància que un bon anàlisi de la interrelació entre la psicoanàlisi i la cultura modernes el trobem al següent llibre: Eva Illouz. *La salvación del alma moderna: terapia, emociones y la cultura de la autoayuda*. Madrid: Katz, 2010.

però també en Rousseau; fins a quin punt el nacionalisme modern beu de Herder; o, també, fins a quin punt el pas de la família extensa, el gremi i el clan a la família nuclear són deutors de la tradició romàntica, del relat de la parella i els fills com a fruit de la passió, l'amor i els sentiments de tendresa. Sense oblidar que, tal i com apuntàvem al paràgraf precedent, bona part de les polítiques de l'estat del benestar van sorgir per a contrarestar els efectes més perniciosos del lliure mercat... i, de pas, foragitar el possible atractiu del comunisme.

Tanmateix, la relació també s'estableix a la inversa. I és que, bo i defugint qualsevol explicació causal estricta, resulta significatiu veure que les tesis de Locke, Hume i, sobretot, Smith que més s'han difós són les que emfasitzen l'egoisme —terme que, com ja s'ha exposat abans, aquests autors l'entenen no en sentit moral, sinó en el sentit empíric d'un ens que prioritza la consecució dels necessitats i anhels—, mentre que les seves extenses reflexions, i en especial les d'Smith, sobre el caràcter social de l'ésser humà i el paper que el desig de reconeixement i de dignitat juga en la seva conducta són, en general, força menys conegudes. Semblantment, l'enaltiment de la passió amorosa ha quedat, en l'imaginari popular, com el paradigma del romanticisme, mentre que la seva crítica a la instrumentalització de l'ésser humà ha restat en un segon terme. No menys significatiu resulta que la lectura que s'ha popularitzat de Freud emfasitza la neurosi de caire sexual, però deixa de banda la problemàtica de fons entre les pulsions i la civilització. Altrament dit: si bé és cert que aquests pensadors han establert les bases de bona part del discurs modern i que han influït notablement en la legitimació del capitalisme i l'Estat, no ho és menys que el triomf d'aquests ha condicionat, i molt, la lectura dominant que se n'ha fet.

Aquestes influències recíproques entre discurs i realitat històrica no ens han de fer oblidar, però, que ni l'un ni l'altre són unilineals. Més concretament, hem pogut constatar que en bona part dels discursos analitzats hi ha tensió entre l'afirmació de l'especificitat de cadascú i la voluntat d'establir uns *sabers* (Foulcault, 2012) que no només identifiquin pautes comunes a aquesta aparent diversitat, sinó que, a més, serveixin per a reconduir-les al servei de la preservació de l'ordre. Òbviament, els pensadors i artistes romàntics posen l'accent en la primera dimensió, mentre que els que beuen de l'empirisme i la il·lustració prioritzen la darrera, però ambdós pols són presents, en major o menor grau, en tots els autors analitzats. Només Marx, però també els artistes romàntics més reticents a sotmetre la singularitat de l'individu a cap mena d'ordre polític i social, i a cap mena de racionalitat instrumental, se n'escapen. I ho fan a consciència, amb plena voluntat de defugir els mecanismes de control sobre l'individu i d'una racionalitat dominant i instrumentalitzadora. I, també, amb plena consciència que, en la societat moderna

La glòria és un fantasma, la llibertat, la pàtria, l'amor patri; l'amor de debò és una criaturada, i, en suma [...] les il·lusions s'han esvaït totes, les passions, no solament les gran i belles, sinó totes les passions, s'han esgotat". (Giacomo Leopardi. *Zibaldone*, 2004 : 2944-45).

Una tensió que té un paral·lelisme notable en el context històric en què ens movem. I és que, tal i com acabem d'esmentar, l'Estat modern i, sobretot, el capitalisme necessiten un dinamisme accelerat, un canvi continu que augmenti l'acumulació de capital i el poder de l'Estat, però no és menys cert que les fórmules modernes de poder es fonamenten en la supeditació del subjecte a uns nous sabers científics encarregats de normalitzar —llegeixis sotmetre a paràmetres, estàndards i jerarquies— pensaments, emocions i conductes, així com a noves institucions disciplinàries encarregades de dur a terme aquesta tasca (Foucault, 2012). Des d'aquesta perspectiva, doncs, la tesi de 'l'individualisme possessiu' de Macpherson, segons la qual Locke i altres pensadors, en desenvolupar una visió de l'individu centrat en la possessió de béns i, sobretot, de la mateixa persona, van fornir una potent justificació ideològica i conceptual del capitalisme, és certa però, al mateix temps, limitada: primer, perquè, tal i com hem vist, fins i tot Adam Smith matisa aquest afany possessiu amb aspectes més de caire social i moral; segon, perquè l'afany indiscriminat d'acumular és només una part —important, això sí— de la nova modernitat capitalista, car no menys rellevant és l'autocontrol, l'acatament de les normes i les pautes dominants o, millor encara, interioritzar-les, fer-les seves en comptes de veure-les com una imposició externa. Innovació i, alhora, conformisme; singularitat i regularitat; individu i Estat; egoisme i patriotisme: aquests, entre d'altres, esdevenen pols dinàmics que perfilen la modernitat clàssica. Aquesta, tal i com explica Zygmunt Bauman (2002), es caracteritza per dissoldre els vincles que mantenien la gent lligada a la comunitat, fomentant, així, l'afirmació de la seva individualitat, per passar tot seguit a substituir aquests lligams per un seguit d'institucions, pautes i rutines que tothom ha d'acatar i, sobretot, assimilar i fer seva.

De totes maneres, no és fins a la segona meitat del segle XIX i, especialment, la primera del segle XX que els efectes potencialment corrosius del capitalisme i les limitacions i contradiccions dels governs sorgits de les revolucions liberals i burgeses esclaten amb tota la seva virulència. Tant, que, tal i com argumenta de manera febaent Karl Polanyi<sup>117</sup>, els feixismes, però també les revolucions i els intents de reformar i controlar el capitalisme mitjançant les polítiques d'estímul de la demanda keynesianes i dels mecanismes de protecció de l'estat del benestar, apareixen com a remeis per a fer front als seus estralls. Uns estralls que no únicament són de naturalesa econòmica, sinó també social. Del que es tractava, doncs, era d'apaivagar la pobresa i les desigualtats, cert, però també de refer vincles socials que el lliure mercat havia dissolt i, de pas, alleugerir el pes de les repressions —en especial, les de caire sexual— que el capitalisme i l'Estat havien estimulat. I és justament a la llum d'esclat, sovint extremadament violent, d'aquestes tensions, que cal entendre l'intent de reapropiar els elements més assimilables de Marx i Freud —respectivament, la millora salarial, laboral i social de les classes socials més perjudicades per la industrialització i el capitalisme, i la reivindicació de la teràpia i d'un cert grau

---

<sup>117</sup> Vegeu els darrers capítols del seu llibre *La gran transformació: crítica del neoliberalisme econòmic*. Barcelona: Virus editorial, 2016.

de llibertat sexual<sup>118</sup> com a mecanismes per a alleugerir tensions—, deixant així de banda les lectures més crítiques amb les institucions modernes i aprofitant alguns dels retrets més visibles per tal de corregir les deficiències més perilloses, guanyar eficàcia i, a més, dotar-se de nous elements de legitimitació.

Tensió entre dinamisme i submissió a la nova racionalitat científica i instrumental, d'una banda, i necessitat de fer front als efectes més perniciosos de la modernitat, tot introduint canvis i assimilant algunes crítiques (i, a canvi, neutralitzar la resta) estarien, doncs, presents tant en el discurs com en la realitat històrica de la modernitat clàssica. Tanmateix, ja hem vist que la lògica dels discursos analitzats, si bé és inseparable del seu context, mai no és plenament reduïble a aquest. I, sobretot, seria un error greu creure que els seus autors tenien una voluntat explícita d'adequar llurs teories als imperatius de l'Estat i del mercat capitalista. En aquesta línia, l'argumentació de Macpherson, bo i tenir una base innegable, se'ns apareix com excessiva: si bé és cert que Hobbes i Locke atorguen carta de naturalesa a la propietat privada, la compra-venda i el diner, no és menys cert que aquests processos, per si sols i per molt importants que siguin, no són definitoris del capitalisme. De fet, i tal i com hem vist en les anàlisis de Max Weber, l'afany de lucre i possessió no tan sols no és exclusiu d'aquest mode de producció —ja existia en altres sistemes— sinó que el capitalisme requereix supeditar-los a la lògica de l'estalvi i l'acumulació. Tant la nova lògica econòmica com l'Estat modern necessiten no tan sols d'una lògica possessiva, sinó també d'una elevada predisposició a l'estalvi, l'autocontrol i la repressió dels desitjos i anhels. Per tant, més que fer de Hobbes, Locke i Hume uns defensors acèrrims del capitalisme, estaríem aquí davant un cas típic de les conseqüències no volgudes de l'acció (del discurs, en aquest cas): unes teories pensades per a afavorir els drets de l'individu, la prosperitat general i l'harmonia social (recordem, un cop més, les tesis de Hirschman), acaben sent reinterpretats (amb una lectura sovint esbiaixada) al servei del nou ordre.

Fa un moment posàvem l'èmfasi en la disciplina, l'autocontrol i la repressió com a elements cabdals del desenvolupament de l'Estat i del capitalisme. Doncs bé, aitals imperatius poden haver jugat un paper determinant en un dels elements més característics, i més innovadors, del nou discurs sobre l'individu, present en la tradició il·lustrada i, més encara, en la romàntica. Ens referim a la diferència, o fins i tot l'abisme, que separa el jo interior, vist com l'autèntic i veritable, del jo que mostrem en societat. El primer, més dominat per les passions i desitjos, regeix l'àmbit domèstic i configuraria allò que som en essència, el nostre "veritable" jo, en tant que el darrer, més calculador, autocontingut i predisposat a posposar la gratificació dels seus desitjos, seria menys autèntic... però molt més útil per a aconseguir els nostres propòsits, especialment en l'esfera pública (Habermas,

---

<sup>118</sup> Ja a mitjans de segle XX Herbert Marcuse assenyalava que el capitalisme i la societat burgesa estaven suavitzant la repressió dels impulsos, i molt en especial els de caire sexual, tot substituint-los progressivament per una gestió adequada, que en minimitzés els efectes potencialment més pertorbadors i que, de pas, servís de catalitzador del consum. Vegeu, sobre aquestes qüestions, dos dels seus títols cabdals: *Eros i civilització: una investigació filosòfica sobre Freud* (Barcelona: Edicions 62: 1968), i *L'home unidimensional* (Barcelona: Edicions 62, 1968).

1982). En qualsevol cas, però, l'anàlisi acurat de les complexes relacions que s'estableixen entre el context històric i la percepció d'aquest abisme entre el jo interior i el jo que presentem en societat necessitarien d'una investigació empírica, paral·lela a la que desenvolupà Norbert Elias arran de la societat cortesana dels segles XIV-XVI<sup>119</sup>, molt ampla i que ultrapassa l'abast i els mitjans d'aquesta recerca.

---

<sup>119</sup> Vegeu: Norbert Elias. *El proceso de la civilización: investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. México D.F.: FCE, 1993. I, sobretot, *La sociedad cortesana*. Barcelona: FCE, 1993.



## **PART II: L'ANÀLISI TEÒRICA**

## Transformacions recents del capitalisme

En el decurs de les pàgines precedents hem analitzat les diverses interdependències que s'estableixen entre l'aparició i consolidació del capitalisme i l'Estat moderns; en especial, la idea —força anòmala en termes històrics i culturals— que la societat es compona, bàsicament, d'individus, és a dir, d'éssers autònoms, diferents i singulars que tenen dret a perseguir els seus propis interessos i que, en virtut de llurs interaccions de mercat i dels pactes que lliurement acordin fonamenten, respectivament, l'economia i l'ordre polític. També hem tingut ocasió d'analitzar que tota aquesta gran “transformació” (Polanyi, 2016) comportà diverses i a vegades cruentes contradiccions. Per descomptat, la que històricament s'ha donat entre la burgesia i el proletariat, però també la que prové de la dissolució dels vincles comunitaris (Tönnies, 1984) o les que es dona entre les pulsions i el seu control, sovint abassegador, de la societat burgesa.

Tanmateix, l'Estat modern i, sobretot, el capitalisme són realitats dinàmiques i complexes que no paren de transformar-se. I, des de les darreres dècades del segle passat fins el dia d'avui, la intensitat i el vigor d'aquests canvis encara ha augmentat més. Per tant, abans d'entrar a analitzar i comprendre els trets essencials del jo actual i de la seva relació amb la propietat, caldrà bastir un marc teòric que tingui present els trets i tendències més rellevants de la societat actual, començant pel sistema que modula i vertebrava la seva base material, la seva economia. I que, a més influeix decisivament en les idees, els comportaments, els rols i la cultura: el capitalisme actual.

En el decurs de la història, el capitalisme ha mantingut uns trets essencials i inherents, que han estat analitzats al capítol titulat “Capitalisme”. Tanmateix, en cada context històric han aparegut trets específics, diferencials, que sovint han tingut una forta incidència tant en l'àmbit estrictament econòmic com en el polític i social. Aital combinació d'elements invariables amb d'altres que canvien és comú a diversos modes de producció, però en el cas del capitalisme cal considerar, a més, llur tarannà rotundament dinàmic, canviant. Les crisis, els canvis tecnològics i organitzatius, i fins i tot les ruptures, formen part consubstancial de la seva naturalesa. Lluny de ser-ne una anomalia, són un exponent de la seva essència transformadora<sup>120</sup>. D'on es dedueix que el capitalisme no pot ser entès com un sistema, com una estructura amb unes pautes que romanen

---

<sup>120</sup> Una perspectiva particularment interessant sobre aquest punt és la que dona Joseph Schumpeter, en definir el capitalisme (als anys 40 del segle passat) com un sistema en què la recerca de noves fonts de plusvàlua es tradueix, periòdicament, en avenços tecnològics i/o organitzatius ràpids i espectaculars. Uns avenços que provoquen, sovint, crisis econòmiques i fins i tot la ruïna de les empreses i la mà d'obra que no s'adapta bé als canvis, però que, d'altra banda, es tradueix en un fort dinamisme, en increments de la productivitat i en l'aparició de noves empreses, nous llocs de treball i, en definitiva, nous processos de plusvàlua. Per a més informació, vegeu el seu llibre *Capitalisme, socialisme i democràcia* (Barcelona: Edicions 62 i Diputació de Barcelona, 1989).

estables, sinó com un fenomen intrínsecament històric, és a dir, com un fenomen amb trets, desplegaments, pautes i casuístiques sotmeses a un procés de canvi, que es desplega

In a sequence of historically specific regimes of accumulation. In these regimes, State-economy relations assume various historically specific forms, as to relations between production and social reproduction, on the one hand, and between society and nature, on the other. (Nancy Fraser i Rahel Jaeggi. *Capitalism: a conversation in critical theory*, 2018 : 62).

Durant el període comprès entre la fi de la Segona Guerra Mundial i els inicis dels anys 70 del segle XX, la forma específica que adoptà el capitalisme fou el resultat de la simbiosi entre tres factors:

- El fordisme com a forma hegemònica de gestió de la producció i l'empresa: el fordisme, entès com un conjunt de tècniques organitzatives i gerencials que produeixen, distribueixen i venen tota mena de béns i serveis estandarditzats a gran escala tot fent un ús intensiu dels avanços tecnològics d'aquest període i de la mà d'obra, va fer possible un fort augment de la productivitat. Un augment que, sumat a les millores socioeconòmiques aconseguides pels treballadors, organitzats en grans sindicats de classe, es van traduir en un creixement econòmic sostingut i —als països desenvolupats, però no pas a la resta del món— una reducció molt significativa de la pobresa i l'accés del gruix de la població a l'aleshores incipient "societat de consum".
- El keynesianisme com a política econòmica hegemònica: des de la fi de la II Guerra Mundial i fins a principis de la dècada de 1970, gairebé tots els països capitalistes desenvolupats optaren per seguir els dictats del keynesianisme. L'estímul de la demanda —especialment mitjançant grans despeses públiques— cada cop que l'activitat econòmica i el consum donaven mostres de defallir, el control estatal de determinats sectors considerats estratègics per a la sobirania i la prosperitat nacionals, com ara l'aigua, l'electricitat, els ferrocarrils, les telecomunicacions o correus, entre d'altres, i l'establiment de la plena ocupació —més que no pas la lluita contra la inflació— com a eix vertebrador de la política econòmica, configuraren un escenari marcat per una forta intervenció pública en l'economia.
- L'estat del benestar: als països capitalistes desenvolupats, l'Estat, sovint en estreta coordinació amb els representants sindicals i patronals, dugué a terme un seguit de mesures encaminades a garantir al conjunt de la població unes prestacions econòmiques i socials —jubilació, accés universal i gratuït a l'ensenyament reglat, sanitat, assegurances públiques en cas d'atur, malaltia o invalidesa, parc públic d'habitatges a preus inferiors als del mercat, i un llarg etcètera— capaces no tan sols d'evitar la pobresa lacerant sinó també de proporcionar uns nivells considerables de benestar material, formatiu, social i cultural.

L'ús combinat d'aquests tres grans trets configurarà un escenari que no posava en dubte la propietat privada de (la major part) dels mitjans de producció ni anava en detriment de la lògica d'acumulació creixent de guanys que és inherent al capitalisme —ben al contrari: l'afavoria substancialment, tot garantint la demanda suficient per tal que la creixent oferta de béns i serveis tingués compradors—però que modificava substancialment la relació entre assalariats i propietaris dels mitjans de producció, reduïa significativament les desigualtats socials i els nivells de pobresa i, per últim però no per això menys important, feia de l'activitat econòmica un àmbit que ja no obeïa exclusivament a la lògica de mercat. O, més ben dit, introduïa canvis en la lògica de mercat, per tal de fer-la més previsible, més fàcil de planificar i, per tant, menys atzarosa.

Aquest model, tanmateix, entra en crisi a començaments dels anys 70. En el proper capítol, tindrem ocasió de veure quina lectura en fa David Harvey sobre les possibles causes. Ara només ens interessa remarcar que amb l'arribada al poder de Margaret Thatcher al Regne Unit i de Ronald Reagan als Estats Units, comença a desplegar-se un nou model, el neoliberal, que, en estendre's a nivell planetari als anys 90 del passat segle gràcies a l'enfonsament del comunisme a l'antiga Unió Soviètica i l'Europa de l'Est i l'aposta decidida per una economia capitalista a la Xina (i, de fet, arreu, a tot l'antic "tercer món"), esdevé global, donant lloc així al model neoliberal de globalització.

Amb un clar i decidit impuls institucional per part de quasi tots els governs, partits polítics —inclosos els de caire socialdemòcrata i laborista— i, sobretot, per institucions d'abast internacionals com el Fons Monetari Internacional, el Banc Mundial o l'Organització Mundial del Comerç, es duen a terme un conjunt de polítiques econòmiques, financeres, fiscals i laborals que pivoten sobre els eixos següents:

- Privatitzacions: partint del postulat que la propietat privada i la competència són més eficients que no pas la gestió pública, el gruix de les empreses que eren en mans estatals són privatitzades. El mercat, doncs, s'estén a la pràctica totalitat d'empreses i àmbits productius. Fins i tot les poques que romanen dins el sector públic, inclosos àmbits com ara la salut i l'educació, són gestionades seguint el model i els criteris de les empreses privades, tot recurrent, cada cop amb més freqüència, a l'externalització i la subcontractació.
- Disciplina fiscal i austeritat: en contraposició a l'augment de la despesa pública com a via per a incrementar la demanda i combatre així les crisis econòmiques, s'imposa el criteri d'equilibri fiscal i disminució del deute públic. Una política que, en temps de crisi, comporta la implantació de mesures d'austeritat fiscal, és a dir, de fortes retallades en la despesa pública.
- En contraposició, es fa ús de la política monetària —en especial, la reducció dels tipus d'interès— i de l'anomenada "política de l'oferta" —abaixar impostos, en especial al capital

i a les rendes altes i mitjanes—, com a vies per a augmentar el consum i reactivar l'economia. Política monetària i disciplina fiscal comporten la fi de les polítiques keynesianes<sup>121</sup>.

- Liberalització del comerç internacional, tret que inclou no només la compra-venda de mercaderies, sinó també, i de manera creixent, tota mena de serveis.
- Desregulació empresarial i financera: les traves i normes que limitaven, en determinats casos i supòsits, la lliure competència<sup>122</sup>, són eliminades. Això afecta tots els sectors, però molt en especial el financer.
- Desregulació laboral: el gruix de les mesures que protegien els drets laborals mitjançant la negociació col·lectiva són desmantellats, bé explícitament o bé recurrent a noves modalitats contractuals que permeten esquivar—les de facto. La relació entre assalariat i empresari passa a regir—se, de manera creixent, per una lògica contractual estrictament privada i personalitzada, cosa que, entre d'altres repercussions, afecta negativament el poder i la presència sindicals.

Nancy Fraser i Rahel Jaeggi, per una banda (2018) , i David Harvey (2007), per l'altra, coincideixen en assenyalar l'auge de les finances com un dels trets essencials del model neoliberal, amb el benentès que no es tracta només, ni principalment, de la major presència i volum de negoci de bancs, fons d'inversions i altres entitats financeres, sinó del fet que el gruix de l'activitat productiva i econòmica i, per tant, el factor clau de les decisions que prenen tota mena d'empreses i actors en el mercat, depèn estretament dels mercats financers, de llurs decisions d'invertir o desinvertir en un sector, empresa o entitat. Una influència que, a més, es fa extensible als governs i institucions públiques, car llurs polítiques s'orienten, cada vegada més, a atraure els inversors financers i, per tant, a evitar prendre qualsevol decisió que els pugui contravenir. Així doncs,

La neoliberalización ha significado la financiarización de todo. Esto intensificó el dominio de las finanzas sobre las restantes facetas de la economía, así como sobre el aparato estatal. (David Harvey. *Breve historia del neoliberalismo*, 2007 : 40).

La consolidació fulgurant dels trets d'aquest model, inclosa la tendència omnipresent a la financiarització, s'ha vist significativament afavorida pels avenços tecnològics; en especial, per les TIC, les tecnologies de la informació i la comunicació. La ràpida difusió d'Internet, la digitalització de

---

<sup>121</sup> Amb tot, hi ha significatives excepcions; en especial, l'augment de la despesa militar, sobretot als Estats Units, com a via per a reactivar la demanda, augmentar els nivells de facturació de les grans empreses i fomentar el creixement econòmic.

<sup>122</sup> Si més no, aquest és el principal element legitimador esgrimit. Resulta, no gensmenys, significatiu que un dels principals efectes de la desregulació ha estat la fi de bona part de les traves antimonopoli a les fusions empresarials, cosa que, en no pocs casos, ha afavorit la concentració en molt poques mans de sectors econòmics clau i, per tant, en una minva de la competència de mercat.

la informació, les xarxes socials i la telefonia mòbil no només han facilitat enormement l'augment de la productivitat, l'aparició constant de nous productes i serveis, l'increment del comerç internacional, l'externalització o el capitalisme financer, sinó que han fet possible la consolidació de l'empresa-xarxa<sup>123</sup>, basada en la coordinació en temps real entre diferents nòduls, departaments, àrees o empreses de qualsevol indret per a la realització de determinades tasques. L'empresa-xarxa està substituïnt ràpidament els models d'empresa tradicionals, de tipus jeràrquic i fortament burocratitzades, i és un dels factors clau en la substitució del fordisme per un sistema de producció molt més flexible, segmentat i fins i tot personalitzat.

Tanmateix, una adequada comprensió dels trets bàsics i característics del capitalisme neoliberal no pot basar-se només en l'enumeració dels seus principals trets tecnològics, productius, econòmics i financers. D'entrada, perquè la mera descripció de les seves característiques ni equival, ni pot equivaldre, a la seva comprensió, sinó que cal, a més, un model teòric que permeti esbrinar la lògica i el sentit subjacents als seus trets.

D'altra banda, aquesta o altres exposicions d'aquest estil també són insuficients per un segon factor de fons: atès que, com ja s'ha apuntat al capítol dedicat als trets genèrics del capitalisme, el model d'acumulació que li és inherent depèn de manera ineluctable del conjunt de tasques relatives a la cura, reproducció i socialització de les persones que, fins a temps molt recents, sovint han quedat al marge del mercat, resulta del tot necessari que qualsevol aproximació teòrica sobre llur naturalesa, significat i abast inclogui aquests elements socials, culturals i institucionals, malgrat que —o precisament *degut a* que— sovint queden fora del focus d'anàlisi.

Però és que, a més, resulta que, tal i com s'anirà analitzant amb detall en el decurs dels propers capítols, un dels trets més decisius, i més profunds, del neoliberalisme és la seva pretensió a abastar el conjunt de la vida social i cultural, i fins i tot la subjectivitat, tot fent extensible les dinàmiques del mercat a tota la societat (i a tots i cadascun dels seus membres). Aquesta característica fa que, ara més que mai, calgui trencar la lògica de les especialitzacions acadèmiques del coneixement i incloure perspectives que conjuminin, entre d'altres, aspectes econòmics, sociològics, polítics i antropològics.

No fer-ho, és a dir, partir del supòsit que el neoliberalisme es pot entendre com un fenomen de naturalesa estrictament econòmica o, a tot estirar, com una opció ideològica, com un dels diversos ventalls de política econòmica possibles, equival a romandre, de manera tàcita però efectiva, presoner de la seva cosmovisió i, per tant, a eliminar a priori el distanciament mínim necessari per a poder copsar-ne la lògica i essència que li són inherents.

---

<sup>123</sup> Sobre aquest tema, vegeu els tres volums —i, molt en especial, el primer— del llibre de Manuel Castells

Per tant, les properes pàgines aniran destinades a exposar i comparar diverses interpretacions teòriques que, des d'una perspectiva inter o trans disciplinar, pretenen bastir un model teòric que permeti una interpretació més correcta, global i incisiva.

## RACIONALITAT NEOLIBERAL I INDIVIDUALISME

### Vers una reformulació de la concepció convencional del neoliberalisme

“Neoliberalisme” és d'aquests termes que ha tingut un ample ressò, estenent-se molt més enllà de l'àmbit acadèmic i científic per entrar de ple en la discussió ideològica, política, i fins i tot en multitud de converses quotidianes<sup>124</sup>. Tant defensors com, sobretot, detractors l'utilitzen abundantment, i és present en tota mena de polèmiques relatives a qüestions, com ara privatitzar o no un determinat sector o servei, apujar o abaixar determinats impostos i taxes, procedir a o no a una nova (des)regulació del mercat de treball, avançar o no en la liberalització del comerç internacional, blindar (encara més) o no la independència dels bancs centrals, accentuar o relaxar les mesures d'austeritat en la despesa pública, i un llarg etcètera.

Amb tot, aquest “llarg etcètera” sol estar restringit a qüestions de caire econòmic i financer. A tot estirar, el terme “neoliberal” s'empra per a defensar o criticar la presència d'empreses privades en determinats àmbits que habitualment han estat predominantment en mans del sector públic, com ara la sanitat, el transport públic o l'ensenyament reglat. Aquesta constatació, aparentment banal, ja és un primer, i molt significatiu, indicatiu del fet que el neoliberalisme sol ser interpretat com un corrent de l'economia amb uns determinats postulats i, alhora, com una ideologia, com una opció política que propugna la implementació de determinades mesures de caire fiscal, monetari, laboral, comercial i mercantil<sup>125</sup>.

Però, de quines mesures es tractaria? Què propugna el neoliberalisme? Segons la interpretació dominant, el tret bàsic i comú de la política econòmica neoliberal rau en la identificació del mercat com una institució econòmica —més ben dit, com una *realitat*— natural. Pels economistes neoliberals, les transaccions que els individus i les empreses duen a terme per a la compra-venda de béns en un entorn lliure i competitiu són quelcom inherent a l'ésser humà, quelcom que sempre ha existit —si més no, des de la revolució del Neolític— i que obeeix a unes dinàmiques pròpies, unes lleis que garanteixen l'equilibri i prosperitat i que la ciència econòmica pot identificar, parametritzar i avaluar<sup>126</sup>. D'on es desprèn que qualsevol mesura que pretengui limitar, controlar o intervenir en els mercats resultarà contraproductiu. Partint d'aquesta

---

<sup>124</sup> A tall merament il·lustratiu, és significatiu que a l'any 1995 Ignacio Ramonet ja es feia ressò del caràcter hegemònic i omnipresent del neoliberalisme en un article, titulat “La pensée unique”, publicat al *Le Monde Diplomatique* de gener de 1995. Vegeu: <https://www.monde-diplomatique.fr/1995/01/RAMONET/6069>

<sup>125</sup> Per a una exposició crítica de la concepció dominant del neoliberalisme com a sinònim d'un determinat paquet d'opcions de política econòmica, vegeu: Christian Laval i Pierre Dardot. *La nueva razón del mundo: ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa, 2013, especialment p. 10-15. I també: Wendy Brown. *El pueblo sin atributos: la secreta revolución del neoliberalismo*. Barcelona: Malpaso, 2016, especialment p. 5-20.

<sup>126</sup> Aquest és, en efecte, un postulat defensat pel gruix dels teòrics del neoliberalisme, molt en especial per Hayek. Vegeu, sobre aquest tema, *Camino de servidumbre* (Madrid: Alianza, 2000), o el seu llibre *La fatal arrogancia: los errores del socialismo* (Madrid: Unión Editorial, 2010).



premissa, sembla força evident que el gruix de les propostes i reivindicacions que propugna el neoliberalisme rau, justament, en retornar al *laissez faire*, és a dir, en suprimir la regulació dels mercats i aconseguir que l'Estat es retiri de l'esfera econòmica, tot deixant el camp lliure per a que els individus i les empreses duguin a terme les seves transaccions econòmiques.

Segons aquesta visió, refermada (si més no aparentment) per multitud de textos i articles, però també en llibres que en el seu moment van jugar un paper clau en la popularització del neoliberalisme, com ara *Freedom of choose*<sup>127</sup>, de Milton Friedman, publicat originàriament l'any 1979, el paper de l'Estat, allò que li pertoca fer, consisteix, en primer lloc, en promulgar les lleis que han de fer possible que el mercat pugui funcionar de forma autònoma i lliure, com ara el dret a la propietat física i intel·lectual, els drets de compra-venda o les garanties que ha de tenir el consumidor. En segon lloc, ha de garantir el compliment d'aquest marc jurídic, incloent l'ús de la coerció quan sigui necessari, d'on des desprèn la necessitat que jutjats, policia i exèrcit siguin funcions reservades a l'Estat. I, en darrer lloc, ha de proporcionar les infraestructures necessàries —carreteres i carrers, enllumenat públic, etc.— per a que els mercats puguin dur a terme de manera eficient llur activitat econòmica. Fora d'aquests àmbits, cal evitar que els poders públics intervinguin; l'autonomia dels mercats ha de tornar a ser preservada, tot evitant que governs, sindicats, gremis o qualsevol altra entitat política o social en limiti el seu funcionament.

Per tant, el neoliberalisme seria la versió actualitzada del liberalisme econòmic clàssic, la posta al dia del seu èmfasi en garantir la limitació de l'Estat i el funcionament autònom i lliure dels mercats. A tot estirar, el prefix “neo” vindria a indicar l'ús de la política monetària com a eina per a regular l'activitat econòmica i garantir l'acumulació del capital, així com la introducció de nous i sofisticats models matemàtics i analítics que reforçarien la cobertura científica i el rigor conceptual d'aquesta opció.

Cosa que, centrant-nos en el tema que ens ocupa, equival a afirmar que el neoliberalisme recull el gruix de la visió de l'ésser humà com un individu autònom que, de manera natural, cerca la maximització dels guanys i evitar pèrdues, en la línia del que Hobbes, Locke, Hume i Adam Smith, entre d'altres, ja havien teoritzat. O, més ben dit, en la línia que ho han fet *segons* la lectura dominant del seu llegat, per molt que, tal i com s'ha tingut ocasió de veure en la part històrica d'aquesta recerca, el seu pensament sigui molt més complex i ple de matisos. En qualsevol cas, el neoliberalisme tractaria de recuperar la idea d'individu que, en tant que *homo economicus*, procura adquirir el màxim de béns i propietats (i vendre'ls o llogar-los quan aquesta sigui l'opció més rendible), alhora que, quan ho considera necessari o adient, ven la seva força de treball en un mercat lliure. Altrament dit, l'antropologia neoliberal, i el paper que la propietat hi juga, serien,

---

<sup>127</sup> Vegeu, més endavant, el capítol que li hem dedicat. D'altra banda, hi ha diverses traduccions d'aquesta obra al castellà, entre elles una de la FAES, amb el títol *Libertad de elegir*.

si fa no fa, una continuació del llegat del liberalisme clàssic, un intent de recuperar-lo i defensar-lo aferrissadament enfront d'altres enfocaments, com ara el marxisme, el feixisme o la socialdemocràcia.

Tanmateix, aquesta visió sobre la naturalesa i l'abast del neoliberalisme i llurs implicacions sobre la visió de l'ésser humà ha estat fortament qüestionada. En el decurs d'aquest capítol, exposarem, tot seguint els arguments de diversos autors, les raons per les quals en aquesta recerca apostem per una reformulació substancial —tot i que amb graus i matisos força diferents— sobre la naturalesa, l'abast i el significat del neoliberalisme. Cosa que, com s'intentarà veure, repercuteix plenament en el nostre objecte d'estudi.

### **Crisi d'acumulació i interessos de classe: la visió de David Harvey**

Tot i que, dels autors que analitzarem en aquest capítol, Harvey és el que menys se separa de la visió del neoliberalisme abans esmentada, no deixa d'introduir-hi, sempre des de la seva òptica marxista, canvis substancials i, sobretot, forneix un context històric que sol restar absent en moltes anàlisis.

Segons aquest autor el neoliberalisme seria, en essència, un model d'acumulació de capital molt flexible basat en l'acceleració sistemàtica dels temps de rotació de mercaderies i serveis, però també dels factors de capital i, molt en especial, de la mà d'obra. Com? Bàsicament, mitjançant una combinació d'elements, com ara la diversificació, i fins i tot la personalització, de la producció, la flexibilització del mercat de treball, la substitució cada cop més accelerada de tota mena de béns i serveis per altres de més nous, la liberalització dels intercanvis comercials internacionals o la desregulació de les finances per tal de maximitzar les possibilitats d'inversió i desinversió arreu i en tot moment.

Així, si el capitalisme dominant durant la major part del segle XX era de tipus fordista i keynesià, i es caracteritzava per la producció estandarditzada i a gran escala, la concentració vertical d'empreses, l'ús intensiu de la mà d'obra en grans naus i factories, i la complementarietat entre els mercats i l'acció de govern per a garantir el creixement econòmic, la plena ocupació i, sobretot, la pau i estabilitat socials, el capitalisme neoliberal, en canvi, apel·la a

La flexibilidad en relación a los procesos laborales, los mercados de mano de obra, los productos y las pautas de consumo. Se caracteriza por la emergencia de sectores totalmente nuevos de producción, nuevas formas de proporcionar servicios financieros, nuevos mercados y, sobre todo, niveles sumamente intensos de innovación comercial, tecnológica y organizativa.

(David Harvey. *La condición de la posmodernidad: investigaciones sobre los orígenes del cambio cultural*, 2012: 170-171).

Innovació i acceleració de la producció i venda de tota mena de béns i serveis amb vistes a maximitzar els guanys econòmics serien, doncs, els dos trets diferenciadors clau del neoliberalisme. Tanmateix, la comprensió de llur abast i significat passa, necessàriament, per entendre per què van aparèixer en un moment històric concret: la dècada del 70 del segle passat. Quin o quins factors van motivar, segons Harvey, la substitució del model fordista i keynesià precedent pel model neoliberal?

El primer factor a considerar és la crisi d'acumulació de capital que té lloc a partir de finals dels anys 60 i durant el decurs dels 70 del segle XX. D'entrada, la coneguda com a "estanflació" — la combinació d'elevades taxes d'atur amb una inflació també alta— es va traduir en una dràstica reducció del creixement econòmic, que els mecanismes de la política econòmica keynesiana convencional van ser incapaços d'afrontar. Però també, i sobretot, es tradueix en una pèrdua estructural dels beneficis del capital, dels guanys de les grans empreses i entitats financeres. En definitiva, una crisi d'acumulació, una minva dels guanys i del capital disponible per a ser reinvertit.

I, com a conseqüència directa d'aquesta crisi d'acumulació, emergeix una voluntat clara i inequívoca de la classe capitalista per a capgirar aquesta situació i trobar un model que permeti optimitzar les possibilitats d'acumulació de capital.

Doncs bé, és a la llum d'aquests factors, però sobretot des de la voluntat de restaurar els privilegis de les elits dominants davant un escenari de pèrdua de guanys, que cal entendre la lògica del projecte neoliberal:

La neoliberalización puede ser interpretada bien como un proyecto utópico con la finalidad de realizar un diseño teórico para la reorganización del capitalismo internacional, o bien como un proyecto político para reestablecer las condiciones para la acumulación del capital y restaurar el poder de las élites económicas. [...] En la práctica, el segundo de esos objetivos ha sido el dominante. (David Harvey. *Breve historia del neoliberalismo*, 2007: 25-26).

Les mesures de flexibilització, desregulació i acceleració dels cicles de producció i obsolescència —que constitueixen, a parer de Harvey, la columna vertebral del neoliberalisme— són, doncs, el resultat, el producte, de la determinació per part dels sectors dominants de posar fi a la pèrdua (relativa) de guanys i tornar a maximitzar l'acumulació de capital. I és també des d'aquesta voluntat que cal entendre allò que pel neoliberalisme constitueix la condició de possibilitat d'aitals mesures: l'aposta ferma i inequívoca pel mercat i la propietat privada, una aposta que va molt més enllà de la preservació d'un marc autònom que quedi lliure de la

intervenció de l'Estat. Ans al contrari: l'Estat, quan calgui, ha d'intervenir per a *crear-los* o expandir-los:

El neoliberalismo es, ante todo, una teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada fuertes, mercados libres y libertad de comercio. El papel del Estado es crear y preservar el marco institucional apropiado para el desarrollo de estas prácticas [...]. Por otro lado, en aquellas áreas en las que no existe mercado (como la tierra, el agua, la educación, la atención sanitaria, la seguridad social o la contaminación medioambiental), éste debe ser creado cuando sea necesario mediante la acción estatal. (David Harvey. *Breve historia del neoliberalismo*, 2007: 6-7).

Arribats a aquest punt, però, Harvey passa a fer una pregunta clau: si el neoliberalisme ha servit, bàsicament, per restaurar el poder de les elits capitalistes, com és que ha esdevingut tan popular? Com és possible que hagi aconseguit el suport de milions de persones, incloses moltes que han vist com el seu nivell de vida i de benestar s'ha reduït a causa, justament, de les mesures dutes a terme des d'una òptica neoliberal? Bàsicament, perquè ha sabut apel·lar de manera incisiva als ideals de llibertat i realització personals, tan preuats pels moviments socials dels anys 60 del segle passat, tot reconduint—los cap al terreny del consumisme:

A través de la captura de los ideales de libertad personal y volviéndolos contra las prácticas intervencionistas y reguladoras del Estado, los intereses de la clase capitalista podían aspirar a proteger e incluso restaurar su posición. El neoliberalismo podía desempeñar de manera excelente esta tarea ideológica [mediante] la construcción de una cultura populista neoliberal basada en un mercado de consumismo diferenciado y en el libertarismo individual. (David Harvey, 2007 : 50-51).

Ara bé, si contemplem des d'una visió conjunta el model d'acumulació flexible neoliberal — basat en la flexibilització de la producció, l'acceleració de la rotació de béns i serveis, l'increment del comerç mundial i l'auge del capitalisme financer—, amb el paper actiu que té l'Estat a l'hora de crear, potenciar i expandir els mercats i, per últim, amb les constants apel·lacions a una noció de llibertat convenientment reformulada per a esdevenir sinònim de la multiplicació d'opcions de consum, tenim un escenari substancialment modificat, clarament diferent del que oferia el liberalisme clàssic. I tenim, sobretot, un escenari que afecta profundament el teixit social i cultural:

La acumulación flexible ha venido acompañada, desde el punto de vista del consumo, de una atención mucho mayor a las aceleradas transformaciones de las modas y a la movilización de todos los artificios destinada a inducir necesidades, con la transformación cultural que esto implica. (David Harvey, *La condición de la postmodernidad: investigaciones sobre los orígenes del cambio cultural*, 2012 : 218).

Però, com opera aquesta transformació cultural? Quines en són les principals manifestacions? Segons Harvey, l'acceleració de béns i serveis seguint la lògica consumista es fa extensiva a l'àmbit de la cultura, a les idees, marcs cognitius, pautes de conducta, valors i opinions, tot contribuint a crear una juxtaposició, un collage constant d'imatges, conceptes i referents. I és que, segons aquest autor, la dicotomia entre l'esfera econòmica i la cultura és falsa; al capdavall, la lògica expansiva del capitalisme —i, sobretot, del capitalisme neoliberal, tan bolcat en accelerar el consum i en emprar aquest darrer per a farcir un nou concepte de llibertat que serveixi per a legitimar-lo— penetra en tot el teixit social i impregna els hàbits i tendències culturals:

Suele pensarse que la vida cultural está más bien al margen de esta lógica capitalista. Se dice que la gente hace su propia historia en estos ámbitos en formas específicas e imprevisibles, según sus valores y aspiraciones, sus tradiciones y normas [...]. Pienso que este argumento es erróneo [...]. Precisamente porque el capitalismo es expansivo e imperialista, cada vez más áreas de la vida cultural se incluyen en la lógica de circulación del capital y del dinero. (David Harvey. *La condición de la posmodernidad...*, 2012 : 376).

En definitiva, doncs, el model d'acumulació flexible propi del neoliberalisme implica no tan sols canvis econòmics, productius i financers considerables, sinó que, a més, té plenes repercussions culturals i socials, com també tindrem ocasió d'examinar més endavant, des de l'òptica de les transformacions en la construcció del temps en el capitalisme actual. Tanmateix, segons Harvey hi ha un element, d'importància cabdal, que no ha canviat: i és que totes aquestes transformacions obeeixen a una mateixa lògica, una lògica inherent al capitalisme i que, per tant, roman invariable: l'imperatiu de maximitzar les opcions d'acumular capital per part de les elits econòmiques i financeres.

### **El neoliberalisme com a mode d'acumulació i construcció del subjecte**

Nick Srnicek i Alex Williams parteixen d'un marc teòric molt semblant al de David Harvey. Des d'una òptica clarament marxista, veuen en l'origen del neoliberalisme la resposta del capital i de les elits econòmiques a la crisi del model keynesià i fordista d'acumulació que tingué lloc a partir de principis dels anys 70 del segle XX.

Amb tot, posen un èmfasi més marcat en el rol decisiu que l'Estat hi ha jugat en la seva implantació i expansió, i remarquen explícitament una tesi que Harvey, com hem vist, ja apunta: contràriament al que se sol dir, el neoliberalisme no és només sinònim de mercats lliures de tota intervenció pública, ans al contrari: requereix el paper actiu de les administracions públiques per a ampliar el radi d'acció dels mercats allà fins aquests no hi tenien presència:

Al contrario que su presentación popular, el neoliberalismo difiere del liberalismo clásico por atribuir un papel significativo al Estado. Por tanto, una labor importante del neoliberalismo ha sido tomar el control del Estado y reorientarlo. Mientras que el liberalismo clásico abogaba por respetar una esfera naturalizada supuestamente fuera del control estatal (las leyes naturales del hombre y el mercado), los neoliberales entienden que los mercados no son “naturales” [...] sino que deben construirse de manera consciente [...]. De ahí que, en el neoliberalismo, el Estado adopte un papel importante en la creación de mercados “naturales”. (Nick Srnicek i Alex Williams. *Inventar el futuro: poscapitalismo y un mundo sin trabajo*, 2016 : 79-80).

En especial, es pretén aconseguir que el sector públic segueixi els criteris i la lògica inherents al sector privat. Escoles, hospitals o serveis socials, entre d'altres ens i equipaments públics, hauran de competir per captar recursos. Com? Sent més eficients, reduint costos i, sobretot, captant més “clients”<sup>128</sup>. En definitiva, adoptant els criteris dominants als mercats.

I és justament des la plena consciència que els mercats no són quelcom “natural” que cal preservar, sinó quelcom que ha de ser impulsat des de les institucions públiques, i fins i tot plenament aplicat dins seu, dins les escoles, hospitals, universitats o centres d'ocupació, que les elits econòmiques han anat posant molta cura en la creació d'una hegemonia cultural procliu al neoliberalisme. *Think tanks*, reunions i simposis, escoles de negocis, i universitats d'elit encarregades de formar els futurs quadres dirigents des d'una òptica neoliberal i, per descomptat, una calculada presència als mitjans de comunicació, han contribuït a fer que el neoliberalisme sortís de la seva posició inicial marginal a l'hegemonia intel·lectual. D'on es desprèn que els factors materials —l'abans esmentada crisi del model d'acumulació fordista i keynesià— no són l'única causa del seu èxit. La cultura i les idees també hi han tingut el seu paper.

En la construcció d'aquesta hegemonia s'hi han bolcat molts esforços intel·lectuals<sup>129</sup> i un ampli suport institucional, amb l'objectiu no sols d'aconseguir el predomini a nivell ideològic, a nivell de conceptes i idees estructurades, sinó a també de fer-lo extensible al sentit comú, a tot

---

<sup>128</sup> Una mostra de la força que ha agafat aquesta manera de gestionar i entendre els serveis públics el tenim en l'auge de l'anomenat “New public management”, especialment —però no exclusivament— entre els països anglosaxons. Per a una descripció acurada dels mètodes, els objectius i el rerefons ideològic i conceptual vegeu: Jan-Erik Lane. *New public management*. London: Routledge, 2000.

<sup>129</sup> Els exemples són variats, però tal vegada el més rellevant és el del sociòleg Anthony Giddens, pare intel·lectual de la “tercera via” i, durant anys, assessor de Tony Blair. Partint de la premissa que l'estat del benestar, pal de paller de la socialdemocràcia tradicional, crea tants problemes com els que resol (*La tercera via: la renovació de la socialdemocràcia*, 1999 : 14-16) i que els canvis culturals i socials es tradueixen en noves demandes de llibertat i autonomia personal que el sector públic ni pot ni, sovint vol assumir (Anthony Giddens, 1999 : 18-20), aposta per una renovació integral de la socialdemocràcia que, bàsicament, consistiria en acceptar i, sobretot, introduir elements de gestió propis del mercat en les administracions públiques, així com en una col·laboració pública-privada. A diferència del neoliberalisme impulsat per Margaret Thatcher o Ronald Reagan, l'Estat conservaria la titularitat dels serveis socials i educatius bàsics —amb els canvis abans esmentats— i intentaria compaginar les aspiracions d'emancipació i justícia social (*Ibidem* : 59), amb la globalització capitalista actual i amb la introducció massiva de les eines i el rerefons conceptual del mercat. Altrament dit: l'Estat intervindria en l'economia... per a fer del sector públic un eficaç agent propagador dels mercats competitiu.

allò que hom dona per descomptat i que, per tant, ho incorpora en les decisions que, conscientment o inconscient, pren en el seu dia a dia:

El neoliberalismo se ha convertido en una “forma de nuestra existencia”, o sea, e modo en que nos vemos llevados a comportarnos, a relacionarnos con los demás y con nosotros mismos [...]. En otras palabras, el neoliberalismo crea sujetos. Paradigmáticamente, estamos contruidos como sujetos competitivos, un papel que incluye y supera al sujeto productivo del capitalismo industrial. (Nick Srnicek i Alex Williams, 2016 : 95).

Hem tingut ocasió de veure com la interpretació de David Harvey del neoliberalisme entès com el resultat de la crisi d'acumulació del model capitalista fordista-keynesià i de la determinació de les elits a consolidar i estendre un nou model que li permeti maximitzar els guanys s'estén no tan sols a l'àmbit institucional sinó que també modula el comportament social i les pautes culturals. Ara, però, Nick Srnicek i Alex Williams donen un pas més. Afirmen que el neoliberalisme configura un nou sentit comú que, a més, “crea subjectes”, modela profundament la conducta i la mentalitat de l'individu. Es tracta d'una tesi l'abast i el contingut de la qual ultrapassa la perspectiva marxista i que s'entendrà millor a la llum de les aportacions de Michel Foucault i d'altres autors que adopten, total o parcialment, la seva perspectiva d'anàlisi.

### **El neoliberalisme com una nova tècnica de govern: Michel Foucault**

Just en els inicis de l'anomenada “revolució conservadora” de Margaret Thatcher, Michel Foucault va impartir un curs al Collège de France durant l'any lectiu 1978-1979 sobre l'aleshores incipient neoliberalisme<sup>130</sup>. En el decurs de les sessions, la visió que en va anar desgranant suposà un trencament amb l'enfocament convencional sobre la naturalesa i l'abast del neoliberalisme que, encara avui, resulta força diferent del que és habitual però que, tanmateix, ha influït molt en diversos pensadors. Pel seu interès intrínsec, per la seva incidència posterior i pel fet que entra de ple en aspectes que afecten la noció d'individu, considerem que paga la pena analitzar-la.

Segons Foucault, el neoliberalisme no és una mera etapa del capitalisme, ni una resposta als problemes d'acumulació de capital sorgits durant els anys 70 del segle XX, sinó que prové de la

---

<sup>130</sup>Certament, aquesta afirmació requereix ser matisada: és ben cert que Friedrich August von Hayek (vegeu, més endavant, el capítol que li hem dedicat) ja havia exposat les bases filosòfiques i conceptuals del neoliberalisme unes dècades abans, i que, tal i com recullen exhaustivament Pierre Dardot i Christian Laval, diverses escoles de pensament, com ara l'anomenat ordoliberalisme germànic i austríac, l'havien desenvolupat, formulat i difós abastament (vegeu el seu llibre *La nueva razón del mundo: ensayo sobre la Sociedad neoliberal*, 2013. Amb tot, l'èxit del neoliberalisme i l'aplicació real del gruix de les seves receptes no esdevenen realitat fins l'arribada al poder de Margaret Thatcher al Regne Unit l'any 1979, i de Ronald Reagan als Estats Units l'any 1980.

necessitat de fer front a la crisi de la tècnica de govern pròpia del capitalisme clàssic. Per tant, és, en essència, una reformulació del d'aquest model de governabilitat:

Si se admite que no estamos frente al capitalismo derivado de la lógica del capital, sino a un capitalismo singular constituido por un conjunto económico institucional [...], se debe poder intervenir en este conjunto, y hacerlo de manera tal que se invente otro capitalismo [...]. Por consiguiente, no toquemos esas leyes del mercado y procuremos, en cambio, que las instituciones sean tales que dichas leyes, y sólo ellas, se erijan en el principio de la regulación general y, en consecuencia, de la regulación social. (Michel Foucault. *El nacimiento de la biopolítica: curso del Collège de Francia 1978-1979*, 2009 : 172).

I en què consisteix aquesta nova tècnica de regulació, de govern del cos social? Bàsicament, en fer extensibles els principis i les pautes de comportament pròpies del mercat competitiu a totes les facetes de la vida individual i col·lectiva, al conjunt del cos social. I de fer-ho mitjançant la intervenció activa de les Institucions polítiques i socials:

El neoliberalismo, entonces, proyecta una economía de mercado competitiva, acompañada de un intervencionismo social que, en sí mismo, implica una renovación institucional en torno a la revalorización de la unidad “empresa” como agente económico. [...] Lo que vemos nacer es [...] algo así como un nuevo arte de gobernar o, en todo caso, cierta renovación del arte liberal de gobernar. (Michel Foucault, 2009 : 183-184).

A primera vista, estendre el comportament propi de l'empresa a tots els àmbits implica una accentuació, més que no pas un canvi substancial, en l'abast de l'*homo oeconomicus* que, com ja hem tingut ocasió d'analitzar, és a la base de la concepció liberal de l'individu. Així, segons aquesta interpretació, el neoliberalisme consistiria, en essència, en adoptar la mentalitat competitiva i orientada a l'interès econòmic i extrapolar-la en àmbits —les activitats culturals, les administracions públiques, la política, les relacions socials, etc.— on fins ara havia romàs absent o, a tot estirar, tenia una presència mínima. D'acord amb aquesta lectura, l'èmfasi que Foucault posa en la noció de “capital humà” com a paradigma i exponent d'allò que s'espera de l'individu en la governabilitat neoliberal, seria el principal exponent d'aquesta voluntat d'estendre la mentalitat calculadora i mercantil més enllà de l'esfera estrictament econòmica. Estaríem davant d'un intent de:

Reinterpretar en términos económicos, y nada más que económicos, todo un dominio que, hasta ahora, podía considerarse y de hecho se consideraba como no económico. (Michel Foucault, 2009 : 220).

Amb tot, una lectura més atenta d'aquesta obra invalida clarament aquesta interpretació. D'entrada, perquè Foucault ja adverteix, explícitament, que del que es tracta és de



Sustituir en todo momento el *homo oeconomicus* socio del intercambio por un *homo oeconomicus* empresario de sí mismo, que es su propio capital, su propio productor, la fuente de sus ingresos (*Ibidem*, 2009 : 228).

I és que mentre l'*homo oeconomicus* clàssic pivotava sobre la possessió en la seva doble vessant—propietat de béns, terres i capital, d'una banda, i propietat del cos i de la força de treball en l'altre cas, és a dir, en les persones que depenen d'un salari com a font principal d'ingressos—, el nou *homo oeconomicus* és, sobretot, un empresari de si mateix, és a dir, un individu que considera que els seus coneixements, aptituds, capacitats i contactes són el seu actiu principal, la seva propietat primera i la més important, en base a la qual obté no un salari en el sentit clàssic del terme, sinó una renda. Una renda que, al seu torn pot emprar per a augmentar la seva formació, els seus contactes i les seves habilitats, és a dir, el seu capital:

No es una concepción de la fuerza de trabajo, es una concepción del capital-idoneidad que recibe, en función de diversas variables, cierta renta que es un salario, una renta-salario, de manera que es el propio trabajador quien aparece como si fuera una especie de empresa para sí mismo (*Ibidem* : 227—228).

Ben lluny queda la dicotomia marxista entre propietaris dels mitjans de producció i assalariats que han de vendre la seva força de treball, convertida en mercaderia que es compra i es ven. Ara, en canvi, tothom pot esdevenir; més ben dit, ha d'esdevenir, un individu-empresari de si mateix que, en funció de llurs capacitats, esforç i talent —de llur capital— obtindrà un determinats guanys.

I això vol dir que la conducta d'aquest (nou i diferent) *homo oeconomicus* obeirà, en qualsevol àmbit i circumstància, a l'imperatiu de maximitzar les possibilitats de millorar el seu capital. Fites, mitjans, patrons de conducta... tot estarà encaminat a fer de l'individu un eficient empresari de si mateix, capaç d'obtenir un rendiment, una renda-capital, de tot allò que de tot allò que sap fer, de les seves aficions, del seu atractiu; en definitiva, de la seva persona<sup>131</sup>.

Es tracta, a més, d'un nou model de racionalitat que va molt més enllà de l'esfera laboral i econòmica. Si l'*homo oeconomicus* clàssic és, sobretot, un individu que cerca obtenir guanys i minimitzar pèrdues en el mercat, el seu correlat actual és un subjecte capaç de centrar totes les

---

<sup>131</sup> Òbviament, això té una derivada: la invisibilització i la completa exclusió econòmica però també social, de les persones que, per malaltia, discapacitat, edat o, simplement, per no obeir als cànons dominants, tenen cossos i ments que no poden esdevenir cap renda-capital: "El capitalismo neoliberal solo desea cuerpos rentables. Los que no pueden o no quieren ser emprendedores ni consumir (para enriquecer al 1%) son excluidos. Aunque, en realidad, es la mayoría que los excluye. Los enfermos crónicos, los discapacitados, los ancianos con pensiones míseras, los parados o con trabajos mal pagados, los sin techo, los niños hambrientos, los jóvenes sin futuro, los enfermos mentales sin red de apoyo y los inmigrantes de países del Tercer Mundo son el producto de las desigualdades que crea el neoliberalismo. Pero se les etiqueta como culpables de su situación, como irresponsables y sospechosos. O, en el mejor de los casos, como personas con mala suerte". (Clara Valverde. *De la necropolítica neoliberal a la empatía radical: violencia discreta, cuerpos excluidos y repolitización*. Barcelona: Icaria, 2015).

seves aspiracions i mobilitzar tots els seus atributs i recursos en ares a obtenir un bon rendiment de la seva possessió més preuada: ell mateix. I de fer-ho on calgui i quan calgui, no només al mercat. Arribats a aquest punt, estem en condicions d'entendre millor la lògica i l'abast del nou model de governabilitat neoliberal, així com de copsar-ne les diferències amb el model disciplinari:

El homo *oeconomicus* es un hombre eminentemente gobernable. De interlocutor intangible del laissez-faire, el *homo oeconomicus* pasa a mostrarse ahora como el correlato de una gubernamentalizad que va a actuar sobre el medio y modificar sistemáticamente sus variables. (*Ibidem*: 267).

L'individu del liberalisme clàssic requeria de la preservació d'un àmbit propi, autònom —el mercat—, on la planificació i els instruments de disciplina dels cossos propis de l'Estat modern no són directament aplicables, i això era així en virtut del fet que l'èxit econòmic del capitalisme clàssic depenia del comportament atomístic i formalment lliure d'una munió d'individus i empreses que, tot intercanviant productes, serveis i força de treball a canvi d'uns ingressos feien possible l'activitat econòmica i l'equilibri entre oferta i demanda. Tota l'economia clàssica reposa, en darrer terme, en el postulat que la cerca individual del benefici afavoreix la prosperitat i l'eficiència d'una manera molt més efectiva que no pas la planificació estatal. Mitjançant els intercanvis econòmics dins un mercat competitiu, tots els agents —productors i venedors, empresaris i assalariats— actuen de manera tal que, tot procurant aconseguir els seus propis interessos, generen un major benestar i riquesa generals, i això sense necessitat de cap voluntat altruista ni de cap llei, norma o costum que ho reguli. D'aquí la necessitat que el mercat disposés d'autonomia i no estigués sotmès a la vigilància i control disciplinaris que regien en la resta d'institucions i àmbits socials.

Ara bé, des del moment en què els poders públics passen a tenir un paper actiu a l'hora de crear, potenciar i estendre la lògica del mercat al conjunt de la societat, i des del moment en què la lògica del capital humà, —la lògica de l'individu esdevingut empresari de si mateix— substitueix la visió clàssica de l'*homo oeconomicus*, el resultat és la posada en marxa d'una nova forma de controlar i de governar que ja no es basa en la normalització, en l'estandardització i la disciplina, sinó en una nova racionalitat, que és al mateix temps econòmica, social, cultural i política, i que es caracteritza per la diferenciació, la individualització i la maximització del capital humà com a imperatius. Si el liberalisme clàssic aspirava a limitar el poder de l'Estat i de les institucions disciplinàries, tot preservant un àmbit —el mercat— regit per l'individualisme atomista, l'objectiu, ara, és configurar una nova tècnica de govern i una nova visió de l'individu:

Generalizar la forma económica de mercado [...] dentro del cuerpo o el tejido social [generando así] una economización de la totalidad del cuerpo social. (Michel Foucault (2009). *Nacimiento de la biopolítica: curso del collège de France*. Madrid, 2009 : 277-280).

Compte, però: a diferència del que habitualment s'ha entès, no estem davant d'una mera invasió de l'esfera econòmica sobre la societat i la política, sinó davant un disseny polític que pretén aplicar la lògica competitiva del mercat i la visió de l'individu com a posseïdor d'un capital humà que convé aprofitar i maximitzar com a eines principals de control polític. El neoliberalisme, doncs

Proyecta una economía de mercado competitiva, acompañada de un intervencionismo social que, en sí mismo, implica una renovación institucional en torno a la revalorización de la unidad "empresa" como agente económico fundamental [...]. Lo que vemos nacer es [...] algo así como un nuevo arte de gobernar. (*Ibidem* : 183-184).

### **Neoliberalisme contra democràcia: Wendy Brown**

L'enfocament de Foucault, bo i ser minoritari i contraintuïtiu, ha marcat amb força el debat sobre la naturalesa, el significat i l'abast del neoliberalisme i exerceix una forta influència en diversos pensadors actuals. Aquest és el cas de Wendy Brown, que reconeix de maner explícita el seu deute intel·lectual envers aquest intel·lectual francès i l'empra abundantment per a formular la seva tesi principal: el neoliberalisme, a diferència del liberalisme clàssic, és rotundament incompatible amb la democràcia; més encara: és el principal perill a què ha de fer front avui:

El neoliberalismo ataca los principios, las prácticas, las culturas, los sujetos y las instituciones de la democracia entendida como el gobierno del pueblo. Antes que sólo arrancar la carne de la democracia liberal, el neoliberalismo también menoscaba las expresiones más radicales de la democracia, aquellas que estallan ocasionalmente en la modernidad euroatlántica y que compiten por su futuro presentando formas más robustas de la libertad, de la igualdad y del gobierno popular que aquellas que podría presentar la versión liberal de la democracia. (Wendy Brown. *El pueblo sin atributos: la secreta revolución del neoliberalismo*, 2016 : 5).

Tal i com ja s'ha esmentat, Wendy Brown reprèn la visió del neoliberalisme de Foucault com un ordre normatiu de la raó; altrament dit, com un ordre en què una determinada visió de la realitat s'atribueix l'aspiració a ser l'única legítima, l'única normal i que, alhora, prescriu allò que les coses han de ser; una raó, doncs, normativa en tant que normativitzadora. (Wendy Brown, 2016 : 60).

El primer i més evident tret d'aquesta raó és l'extensió de les categories econòmiques al conjunt de la societat, a tots els àmbits institucionals i a totes les manifestacions culturals. Mercantilització, doncs, de l'existència en el seu conjunt? No exactament. No és que la política, l'ètica o l'art desapareguin, ofegats davant una predisposició a centrar-se només en allò

estrictament econòmic, en allò estrictament monetari. El que s'esdevé és quelcom més subtil, i molt més efectiu alhora: actuem en l'àmbit polític, ètic, artístic i cultural amb les mateixes categories i la mateixa lògica competitiva amb què actuem en el mercat:

Hablar de la implacable y ubicua economización de todas las características de la vida a cargo del neoliberalismo, por lo tanto, no implica afirmar que el neoliberalismo literalmente mercantiliza todas las esferas, incluso cuando la mercantilización sin duda es un efecto importante del neoliberalismo. Por el contrario, el objetivo es que la racionalidad neoliberal disemine el modelo de mercado a todas las esferas y actividades —incluso aquellas en que no se involucra el dinero— y configura a los seres humanos de modo exhaustivo como actores del mercado, siempre, solamente y en todos los lados como *homo oeconomicus* (Wendy Brown, 2016 : 35-36).

L'*homo oeconomicus* és, en efecte, la clau i l'eix vertebrador de la visió de Brown —fortament deutora, insistim un cop més, de la de Foucault— sobre la naturalesa del neoliberalisme. Tanmateix, es tracta d'un *homo oeconomicus* ben diferent a la del model liberal clàssic; de fet, som davant una reformulació que n'afecta clarament el significat. Si tradicionalment ha estat sinònim d'algú que actua calculant costos i beneficis, algú que cerca aconseguir el major nombre de béns amb el mínim cost possible, en la seva reformulació actual es caracteritza per:

(Auto)invertir de modos que mejores su valor o atraiga inversionistas mediante una atención constante a su calificación de crédito real y figurativo, y hacerlo en todas las esferas de su existencia. (Wendy Brown, 2016 : 40)

I, més concretament:

El modelo específico para el capital humano y sus esferas de actividad es cada vez más el capital financiero o de inversión y no solo el capital productivo (Wendy Brown. *Ibidem* : 41).

L'*homo oeconomicus* actual és, doncs, algú que procura reciclar-se professionalment, *invertir* en formació, multiplicar la seva presència a les xarxes socials, augmentar i millorar la seva xarxa de contactes... i, en definitiva, totes les accions que s'escaiguin per a optimitzar el seu valor de mercat, en tant en quant ell mateix és el principal actiu, la seva possessió bàsica, la seva font primordial de capital. Compte, però: això no vol dir que negligi tot allò que no tingui a veure amb l'activitat productiva i econòmica. Es tracta, més aviat, de convertir el lleure, les amistats i la seva pròpia vida en activitats orientades a guanyar atractiu... de mercat.

Quines són les principals conseqüències del triomf d'aquesta reformulació de *l'homo oeconomicus*?<sup>132</sup> En primer lloc, una desintegració del teixit social, dels mecanismes de solidaritat grupals i/o de classe socials, en tant en quant les relacions humanes són enfocades des de l'òptica de la competició entre individus esdevinguts propietaris de la possessió més preuada, de la font principal de capital: ells mateixos.

En segon lloc, l'augment estructural de la desigualtat. O, el que encara és més rellevant, la desigualtat —i no pas la igualtat— esdevé l'aspiració lògica, gairebé inevitable, d'una societat entesa i percebuda com una agregació d'individus en perpètua competició entre ells per tal d'esdevenir (auto)empresaris d'èxit.

I, en darrer lloc, la desaparició de qualsevol possible noció compartida del bé comú, d'uns ideals i unes aspiracions unides al voltant de la defensa d'un *demos* lliure i sobirà. O, més ben dit, la seva redefinició substancial, tot buidant-los del significat que havien tingut fins fa poques dècades i omplint-los d'un altre de nou, estretament associat a l'extensió del (nou) model d'*homo oeconomicus* al conjunt de la vida individual i col·lectiva. Els ideals polítics i ètics serveixen, ara, per a bastir la legitimitat de la lògica del mercat, esdevingut en autèntic paradigma vàlid en tota circumstància. Així,

Ya no somos criaturas moralmente autónomas, libres e iguales, ya no elegimos nuestros fines o los medios para alcanzarlos, ya ni siquiera somos criaturas de interés que buscan incansables su satisfacción [sino que] todo pasa a depender de su utilidad potencial en términos de capital. (*Ibidem* : 51).

Arribats a aquest punt, estem en condicions de tancar el cicle, d'entendre l'argumentari que fa servir Wendy Brown quan afirma que el neoliberalisme està minant la democràcia. I no només, ni principalment, degut al predomini de l'esfera econòmica sobre la política i la social, ni tampoc a l'ofec dels valors culturals ètics i polítics, sinó sobretot perquè tots aquests àmbits, totes aquestes esferes, es veuen completament reformulades en termes de mercat competitiu, en termes d'actius que poden servir per a maximitzar les opcions d'èxit de l'individu-empresari de si mateix. Cosa que suposa i implica la dissolució dels vincles de solidaritat i la desaparició de la noció d'un bé comú inherents a la democràcia. Segueixen presents a nivell retòric, certament, però el seu significat, el seu abast, i fins i tot la seva raó de ser, han canviat per complet. Deixen de ser l'expressió d'uns ideals i d'uns valors de naturalesa supraindividual per a esdevenir un aparador de l'individu que, gràcies a la inversió que ha fet en el seu capital humà, ha esdevingut un model

---

<sup>132</sup> Com es pot veure, la noció de l'individu neoliberal de Brown és, bàsicament, coincident amb la de Foucault. Amb tot, mentre que aquest darrer refusa explícitament titllar-lo d'*homo oeconomicus*, ja que entén que els seus trets —dinamisme, concepció del jo com la font principal de capital i, per tant, veure els seus guanys com a renda del seu jo-capital i no pas com sou— són qualitativament diferents, Brown aposta, com acabem de veure, per reformular radicalment la definició del tradicional "homo oeconomicus".

d'èxit; un model que, fins i tot quan apel·la als ideals, ho fa en termes de millora d'imatge, de rendiment —en aquest cas, en termes d'imatge, de notorietat, d'èxit social— del seu capital.

### **El neoliberalisme com a racionalitat global: Christian Laval i Pierre Dardot**

L'influència de l'enfocament de Foucault es torna a fer palesa en el cas d'aquests dos analistes francesos<sup>133</sup>. Combinant la recerca sociològica amb un extens coneixement de la filosofia moderna i contemporània, i prenent les idees exposades a *El nacimiento de la biopolítica* com a base, arriben a la conclusió que la interpretació habitual del neoliberalisme com una represa del pensament econòmic i social de Locke, Adam Smith o Jeremy Bentham, entre d'altres, és un greu error:

El liberalismo clásico se constituyó en el siglo XVIII en torno a la cuestión de los límites de la intervención gubernamental. Tres principios se postularon, hablando muy esquemáticamente, como principio de esa limitación: el mercado abandonado a su “curso natural” (Adam Smith), el cálculo de utilidad (Jeremy Bentham) y los derechos naturales de los individuos (John Locke). [...]. En el caso del neoliberalismo, una cuestión diferente sustituye a la de los límites: ya no se trata de limitar, sino de extender. Extender la lógica del mercado más allá de la estricta esfera del mercado y con ese fin reformar el funcionamiento interno del Estado de manera que sea la palanca principal de esa extensión. Denunciar el neoliberalismo como si fuera una renovación de la doctrina de Adam Smith es equivocarse de época y de objetivo. El neoliberalismo no es una doctrina económica falsa o arcaica, sino un conjunto de prácticas y de normas construidas política, institucional y jurídicamente. (Entrevista a Christian Laval i Pierre Dardot. “El neoliberalismo es una forma de vida, no solo una ideología o una política económica”. *El diario.es*, 10 octubre 2014<sup>134</sup>).

Els autors es basen la visió de Foucault sobre la governabilitat neoliberal per a exposar un tret paradoxal que constitueix, alhora, la clau del seu èxit popular: el neoliberalisme es fonamenta en un seguit practiques i normes que no tenen res de natural; no són el resultat de la dinàmica espontània dels mercats, sinó que venen impulsades des de les institucions. Però la manera que són presentades fa que se les vegi no com allò que en realitat són —com una construcció deliberada, com una eina de control— sinó tot el contrari, com un catalitzador de les llibertats, car

---

<sup>133</sup> Christian Laval és doctor en Sociologia a la Universitat de Paris X Nanterre, i Pierre Dardot és filòsof, especialista en Marx i Hegel, i dona classes a la mateixa Universitat.

<sup>134</sup> Consultable a Internet: [https://www.eldiario.es/interferencias/neoliberalismo-ideologia-politica-economica-forma\\_6\\_312228808.html](https://www.eldiario.es/interferencias/neoliberalismo-ideologia-politica-economica-forma_6_312228808.html) [darrera consulta: 03/09/2020]

Gobernar es conducir la conducta de los hombres, a condición de precisar que esta conducta es tanto la que se tiene hacia uno mismo como la que se tiene hacia los demás. Por eso el gobierno requiere la libertad como su condición de posibilidad. Gobernar no es gobernar contra la libertad o a pesar de ella, es gobernar mediante la libertad. (Christian Laval i Pierre Dardot. *La nueva razón del mundo: ensayo sobre la sociedad neoliberal*, 2013 : 16).

El neoliberalisme entès com un conjunt de pràctiques i de normes construïdes i difoses des dels poders institucionals —és a dir, no només des de les grans empreses, sinó també des dels poders polítics, des de l'àmbit jurídic i des de les institucions socials i culturals— constitueix, en efecte, la clau de volta necessària per copsar de manera adequada llur autèntica naturalesa i abast. I constitueix, també, l'element a partir del qual es configura allò que el caracteritza per sobre de tot, a saber: la seva aspiració a esdevenir la nova racionalitat de món, una racionalitat total. I, per tal de desfer possibles equívocs, aclareixen que això va molt més enllà d'una ideologia, per més estructurada i per més global que pretengui ser<sup>135</sup>. En realitat, estem davant una lògica que dirigeix les pràctiques socials i culturals que menen la nostra vida diària, i que ho fa des de dins, i no pas com una mera superestructura ideològica. S'afirma i es difon no tant a través de textos teòrics i de ponències entre experts, sinó, sobretot, a través de les rutines quotidianes, dels nostres actes i del que hom espera de nosaltres per a ser valorats positivament. A la feina però també en el nostre anomenat "temps lliure". A les grans ciutats dels països desenvolupats, però també a les àrees rurals més remotes. Arreu i per a tothom. És, doncs, una raó mundial, tant per la seva escala global com també, i sobretot, perquè constitueix, perquè crea, un "món", és a dir, perquè travessa totes les esferes de l'existència humana, reconvertint qualsevol valor o norma, incloses les de caire polític i ètic, en embolcalls al servei de la seva legitimació:

El hecho esencial es que el neoliberalismo se ha convertido hoy día en la racionalidad dominante, que no deja subsistir de la democracia liberal más que una envoltura vacía [...]. Esta racionalidad ha tomado cuerpo en el conjunto de dispositivos tanto discursivos como institucionales. (Christian Laval i Pierre Dardot, 2013 : 391).

I quin és el principi rector d'aquesta racionalitat global? L'aplicació del principi de competència a tots els àmbits i a totes les relacions socials, d'on es desprèn que, en essència, el neoliberalisme

---

<sup>135</sup> Aquesta és la diferència fonamental entre el concepte de "raó total" i el de "pensament únic" que Ignacio Ramonet popularitzà en el seu famós article "La pensée unique", publicat al *Le Monde Diplomatique* de gener de 1995 [consultable a: <https://www.monde-diplomatique.fr/1995/01/RAMONET/6069>]. I és que, per bé que aquest darrer al·ludeix a la hegemonia intel·lectual assolida pel neoliberalisme fins al punt de presentar-se no com una opció i una ideologia sinó com la simple descripció de la realitat, encara el circumscriu a l'àmbit de les idees, al món acadèmic i als discursos difosos als mitjans de comunicació. En canvi, el concepte de "raó total" de Dardot i Laval es fa extensible també als discursos i a la praxi quotidianes.

Se puede definir como el conjunto de los discursos, de las prácticas, de los dispositivos que determinan un nuevo modelo de gobierno de los hombres según el principio universal de la competencia. (*Ibidem* : 15).

Ara bé, definir el neoliberalisme com un conjunt de pràctiques i dispositius que articulen una nova racionalitat global basada en l'extensió a tots els àmbits del principi de competència pressuposa i implica:

- Que els governs i els Estats juguen un paper clau, actiu, a l'hora d'universalitzar el principi de la competència. Això s'esdevé, per descomptat, en l'àmbit de l'economia i les finances, però també en la cultura, l'ensenyament o les mateixes institucions públiques.
- Que, en conseqüència, la naturalesa profunda de la crisi iniciada l'any 2008 és molt més que una crisi econòmica; és, sobretot i en essència, una crisi del model neoliberal de governabilitat.
- Que la naturalesa global i omnicomprensiva de la raó neoliberal produeix un nou tipus de subjectivitat.

I, per al tema que ens ocupa, aquesta darrera conseqüència és la més rellevant. L'extensió del principi de competència a tots els àmbits és, alhora, causa i conseqüència d'un nou model de subjectivitat basat en concebre's a si mateix com un empresari que ha d'augmentar, en tota circumstància i en tot moment, el seu "capital humà":

Se trata, de hecho, de producir una relación del sujeto individual consigo mismo que se homologa a la relación del capital consigo mismo: una relación, precisamente, del sujeto con él mismo como "capital humano" que debe aumentar indefinidamente, o sea, un valor que hay que incrementar cada vez más. (*Ibidem* : 21).

Fins aquí, la coincidència amb Foucault (i amb Brown) és pràcticament total. Amb tot, Laval i Dardot hi introdueixen un parell de canvis, d'elements diferencials. El primer d'ells rau en la figura de l'emprenedor —omnipresent en el discurs empresarial i gerencial actual—, entès com algú que no es limita a optimitzar uns recursos i una situació de mercat donades per a obtenir els majors guanys possibles, sinó com algú que innova, que s'anticipa, que es diferencia per tal d'esdevenir, ell mateix, l'actiu més preuat. Algú, doncs, que no requereix ser vigilat, per la senzilla raó que ja ho fa ell mateix, amb tant o més èmfasi, i amb molta més eficàcia, que qualsevol agent o institució externa. I algú que tampoc necessita ser *normalitzat* perquè allò que cerca i allò a què el nou entorn social i cultural l'estimula que faci, és justament el contrari: la diferenciació, l'originalitat, el canvi.



Ara bé, per entendre l'autèntic significat i abast d'aquest tarannà actiu, Laval i Dardot recorren a una tesi defensada per l'economista Ludwig Von Mises<sup>136</sup> l'any 1949 però que conté elements plenament vigents. En concret, la visió de l'emprenedor —l'*homo agens*, en la seva terminologia— entès com l'individu que, a diferència de l'*homo oeconomicus* clàssic, no es conforma amb triar els millors mitjans disponibles per a obtenir guanys i minimitzar costos, sinó que, a més, tria i elabora, les seves pròpies finalitats. Algú que, lluny de limitar-se a reaccionar davant un entorn aliè a ell, procura *construir-lo* un per tal que li resulti especialment favorable. Així doncs, :

No es un maximizador pasivo, es un constructor de las situaciones provechosas [...]. Debido a que el hombre es un sujeto activo, creativo, constructor, no hay que interferir en sus elecciones, pues de podría menoscabar su capacidad de vigilancia y ese espíritu comercial tan esencial para el dinamismo de la economía capitalista. (L. Von Mises. *L'action humaine : traité d'économie*. Paris: PUF, 1985 : 307-308. Citat per Pierre Dardot i Christian Laval, 2013 : 150).

El segon tret diferenciador en l'anàlisi del subjecte neoliberal de Laval i Dardot rau en el fet que aquesta tasca incessant de transformació i de canvi no tan sols afecta als mitjans i a les fites, sinó que també, i de manera molt especial, implica una tasca metòdica, incessant, constant de metamorfosi d'un mateix; d'autoanàlisi per a corregir possibles mancances i defectes i d'exploració de possibles vies per a millorar:

La empresa de sí constituye un modo de gobernarse de acuerdo con principios y valores [...]. El individuo competente y competitivo es el que busca el modo de maximizar su capital humano en todos los dominios, que no trata únicamente de proyectarse en el porvenir y calcular sus ganancias y sus costes, como el antiguo hombre económico, sino que persigue, sobre todo, trabajar sobre sí mismo con el fin de transformarse permanentemente, de mejorar, de volverse más eficaz. Constitutivo de este sujeto es el proceso mismo de mejora de sí al que se ve conducido, que lo lleva a perfeccionar sin cesar sus resultados y sus rendimientos. (*Ibidem* : 337-338).

Una transformació incessant del jo que conjumina raó i emocions per tal d'assumir un autocontrol cada cop millor, més eficaç i més integral de si mateix. I és justament aquesta la clau explicativa d'un dels trets de la tècnica actual de govern més rellevants i a la qual hem fet referència en aquest mateix apartat: la vigilància deixa de ser quelcom basat en l'estandardització, en la norma, per passar a ser quelcom sotmès a un procés de canvi continu, de noves fites cada

---

<sup>136</sup> Vegeu: L. Von Mises. *L'Action humaine. Traité d'économie*. Paris: PUF, 1985, especialment p. 307 i ss. Hi ha una traducció al castellà, titulada *La acción humana: tratado de economía*, publicat l'any 2015 a Madrid per Unió editorial.

cop més exigents. I, sobretot, deixa de ser extern a l'individu, quelcom imposat i dut a terme per determinades institucions, per passar a ser quelcom que es genera i es gestiona des del mateix individu. Pressionat, això sí, per una societat regida per la lògica ultracompetitiva del mercat.

Aquesta tasca d'(auto)vigilància, (auto)control i (auto)millora constants suposa una ascesi, un control ferri sobre el propi subjecte. Tanmateix, hi ha una diferència cabdal amb l'ascesi tradicional: mentre que aquesta darrera solia tenir un rerefons religiós, o si més transcendent, i aspirava a canviar el jo en ares d'un ideal superior, supraterrenal, la nova ascesi busca, ben al contrari, conciliar el jo amb la realitat vigent, amb el món que l'envolta, amb l'aquí l'ara:

El objetivo no es distanciarse del yo y de cualquier rol social, sino la identificación del sujeto con la empresa, la realidad que le rodea. (*Ibidem* : 342—343).

Identificació amb l'empresa, sí, però això no vol dir que l'únic focus d'atenció de l'emprenedor, que l'empresari de si mateix, sigui l'àmbit estrictament laboral i econòmic. Identificar-se amb l'empresa vol dir estendre les pautes de superació, innovació, projecció, autocontrol i màrqueting en totes les facetes de l'existència. Això és així, d'entrada, perquè, tal i com ja s'ha esmentat abans, l'esfera econòmica ho envaeix tot, de manera que qualsevol activitat, hobby o passió pot resultar útil en termes crematístics. Però també, i sobretot, perquè fins i tot quan no perseguim incrementar els guanys monetaris, quan cerquem altres fites, ho fem imbuïts de la mateixa mentalitat ultracompetitiva i d'(auto)vigilància i superació constants. Més encara: l'autocontrol i el treball sobre el propi cos i la pròpia ment esdevenen un valor preuat, es converteixen en una aspiració ètica.

I és des d'aquesta òptica diguem-ne "ètica" que l'apel·lació a la propietat esdevé quelcom que va més enllà de raons econòmiques i utilitaristes. Per descomptat, el dret a la propietat privada —uns drets de propietat que es fan extensibles a elements "intangibles", com ara els coneixements, la formació, les habilitats...— és útil en tant que font potencial d'ingressos i, sobretot, de reforçament del capital personal, però això no és tot: la propietat també té una dimensió moral, en tant en quant actua de catalitzador del sentit de responsabilitat. En el neoliberalisme, doncs, la defensa de la propietat obeeix no tan sols a una lògica econòmica, sinó que també serveix per a responsabilitzar a la gent de les seves vides. La propietat ens fa ser responsables de nosaltres mateixos i contribueix a que deixem d'esperar que l'Estat ens solucioni els nostres problemes. (*Ibidem* : 195-198).

## Tecnologies del jo i neoliberalisme: Peter Sloterdijk

Com hem vist, el pas de l'*homo oeconomicus* a l'individu que es percep a si mateix com un emprenedor implica i pressuposa un procés de transformació personal. Un procés, sistemàtic, exhaustiu, constant, reiterat i sense fi. I un procés que, més enllà dels consells, dels bons propòsits i d'una determinada cosmovisió, requereix d'un conjunt reiterat, sistemàtic i coherent de pràctiques i exercicis —físics i/o psíquics— sobre el jo.

A aquest conjunt de pràctiques i exercicis que tenen per funció no merament disciplinar cossos i ments sinó, sobretot, entrar-los en una dinàmica de canvi constant, és el que Peter Sloterdijk anomena "antropotècniques". Pràctiques i exercicis que, a diferència de les tesis de Foucault, no neixen amb la modernitat sinó que es remunten ben lluny en el temps, com tindrem ocasió d'analitzar tot seguit. Tanmateix, és ara, amb les dinàmiques de transformació del capitalisme actual, que està adquirint noves formes i, sobretot, s'està difonent arreu i entre tothom. Viem-ho amb una mica més de detall.

Al seu llibre *Has de canviar tu vida: sobre antropotècnica* (2013)<sup>137</sup>, Sloterdijk desenvolupa un model antropològic original i força complex, que ultrapassa clarament els nostres objectius i abast. Tanmateix, hi ha un aspecte —absolutament cabdal en aquesta obra— que incideix de ple en el tema que ens ocupa. Ens referim a la gran rellevància que atorga a l'activitat incessant que hom exerceix sobre si mateix com a constant antropològica bàsica; més concretament, com a vehicle i catalitzador de la configuració del subjecte, tant a nivell individual com col·lectiu:

Una antropología material solo puede ser desarrollada en forma de una antropotecnología general. Ésta describe al hombre como el ser que vive en el recinto de un concurso de disciplinas, tanto involuntarias como voluntarias [...]. Los hombres —más acá y más allá del trabajo y de la atracción, más acá y más allá de la "vida activa y contemplativa"— actúan sobre sí mismos, traban en sí mismos, hacen ejemplos a partir de ellos mismos. (Peter Sloterdijk. *Has de canviar tu vida: sobre antropotècnica*, 2013 : 147-148).

L'afirmació precedent s'entén millor a la llum de la següent metàfora, nascuda de la dimensió social i cultural inherent a l'ésser humà: podem entendre les societats com una mena d'organismes. Uns organismes que, per sobreviure, requereixen d'un sistema immunològic. Més ben dit, d'un triple sistema immunològic: a banda del biològic, en cal un de caire social i institucional —lleis, normes, forces de seguretat i institucions que preservin la cohesió social, en garanteixen el funcionament i repelin eventuais agressions— i un darrer, de caire simbòlic,

---

<sup>137</sup> L'edició original en alemany, titulada *Du mußt dein Leben ändern. Über Anthropotechnik*, fou publicada a Frankfurt l'any 2009 per l'editorial Suhrkamp.

encarregat de fer front als neguits existencials, a la necessitat de trobar un sentit a la vida i de poder afrontar el patiment, la dissort i la mort:

La continuación de la evolución biológica en lo social y en lo cultural lleva a una categoría superior de los sistemas inmunológicos. [...] En la esfera humana existente no menos de tres sistemas inmunitarios, los cuales trabajan superpuestos [...]. Sobre el sustrato biológico, en gran parte automatizado e independiente de la consciencia, se han ido desarrollando en el hombre, en el transcurso de su desarrollo mental y sociocultural, dos sistemas complementarios [...]. Por un lado, un sistema de prácticas socio-inmunitarias, especialmente las jurídicas o las solidarias, pero también las militares, con las que los hombres desarrollan, en la sociedad, sus confrontaciones con agresores ajenos y lejanos y con vecinos ofensores o dañinos; por otro lado, un sistema de prácticas simbólicas, o bien psico-inmunológicas, con cuya ayuda los hombres logran, desde tiempos inmemoriales, sobrellevar más o menos bien su vulnerabilidad frente al destino, incluida la mortalidad.” (Peter Sloterdijk, 2013 : 23-24).

Ara bé, aquest tercer nivell immunitari no consisteix només en un conjunt de creences i dees, de mites i narracions, sinó també, i sobretot, en un conjunt de pràctiques, d'accions que, d'una banda, tenen una vessant comunitària, però de l'altra suposen un treball personal, un treball que cadascú ha de fer sobre si mateix. Prenent com a base teòrica i conceptual la noció d'“habitus” de Pierre Bourdieu<sup>138</sup> i, sobretot, les referències a la importància que, segons Foucault, tenen el conjunt de tècniques, accions i exercicis de cura d'un mateix<sup>139</sup>, l'autor desenvolupa un model antropològic en què l'acció sobre el jo, l'autocontrol i la cura individual, esdevenen peces clau tant en la preservació de l'ordre social i simbòlic com en l'equilibri personal. Una cura que inclou tant la dimensió biològica com la psíquica, tant el cos com la ment, tant allò més físic com allò més “espiritual” i transcendent. És clar que això suposa un esforç constant, una lluita amb un mateix per eliminar allò que és nociu, introduir hàbits adients i canviar les rutines disfuncionals:

El héroe de esta historia, el *homo immunologicus*, que ha de dar una armadura simbólica a su vida, con todos sus peligros y sus excedentes, es el hombre que lucha consigo mismo, preocupado por su propia forma. (*Ibidem* : 25).

Tradicionalment, aquest treball sobre un mateix ha pivotat al voltant del mite i la religió. Es tractava d'apaivagar els neguits existencials —però també, i molt especialment, de consolar davant les desigualtats i les injustícies derivades de la creixent estratificació social que s'expandeix arreu amb la revolució del Neolític— tot adoptant un conjunt de percepcions, valors, costums i pautes que emanaven d'una cosmologia transcendent, d'un món on, en darrer terme, l'univers i

---

<sup>138</sup> Tal i com Peter Sloterdijk reconeix explícitament, el concepte d'“habitus” és central en la sociologia i l'antropologia desenvolupada per Pierre Bourdieu, i és present a gairebé tota la seva extensa producció bibliogràfica. Una bona introducció a aquesta noció la tenim en el seu llibre *Razones prácticas: sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama, 2002.

<sup>139</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió: Michel Foucault. *El cuidado de si*. Madrid: Siglo XXI, 2019.

els afers terrenals estan regits per factors sobrenaturals. D'aquí que els treballs sobre el cos i la ment estiguessin controlats per una casta sacerdotal, gairebé sempre al servei del poder polític establert, que dirigia i imposava a al conjunt de la població un conjunt d'activitats, pràctiques i ritus orientades a supeditar el subjecte a uns principis transcendents, a un ésser superior.

I, tradicionalment, la vessant innovadora i creativa del treball sobre un mateix quedava compensada per l'imperatiu d'acatar la tradició. El conjunt d'antropotècniques, d'accions, ritus i exercicis sobre el cos i la ment, tenia com objectiu prioritari la interiorització i la reproducció de l'ordre simbòlic i social imperant. En aquest context, el sorgiment dels profetes i dels forjadors de les grans religions han actuat com a factors disruptius, com a elements de canvi i innovació... fins que la consolidació i la institucionalització d'aquests credos es tradueix en noves normes, nous costums que cal interioritzar i reproduir:

No hay nada más obvio que el hecho de que los hombres están “enredados en costumbres”. Sin embargo, no hay nada menos obvio que el que individuos que con frecuencia después se convertirán en pioneros, para sus colectividades, en cuestiones concernientes a su orientación en el mundo, incurran en una secesión respecto a las costumbres comunitarias. (*Ibidem* : 247-248).

Un panorama que es modifica amb la modernitat. I de manera substancial. D'entrada, l'imperatiu del canvi, abans acaparat i controlat per un grup reduït de sacerdots i ascetes, es popularitza. Es fa extensible, progressivament, al conjunt de la població. Tothom hi és cridat, tothom s'hi veu impel·lit:

“¡Has de cambiar tu vida!” La voz que Rilke oyó en el Louvre se ha desprendido entretanto de su situación originaria. En el plazo de un siglo ha penetrado en el espíritu general del tiempo, más aún, se ha convertido en el contenido último de las comunicaciones que circulan por el mundo. [...] Es la llamada que nunca puede ser neutralizada como una mera constatación fáctica, constituyendo un imperativo que actúa a través de todos los indicativos. (*Ibidem* : 563).

En segon lloc, durant els segles XIX i XX l'imperatiu de la transformació personal i l'acció constant sobre el cos i la ment segueixen apel·lant a allò sublim, a allò que transcendeix la quotidianitat, cert. Però el sublim, ara, queda després de tota connotació religiosa<sup>140</sup>. Ja no remet a déus i forces sobrenaturals, sinó a principis de caire estètic. Bellesa, harmonia i creativitat

---

<sup>140</sup> Des d'aquesta òptica, Sloterdijk considera que el tan esmentat “retorn de la religió” és una fal·làcia. Les apel·lacions actuals a Déu queden reduïdes o bé a una mera relació privada, gairebé contractual, entre l'individu i aquesta deïtat feta a mida i que té per missió gratificar-lo emocionalment, o bé a un refugi identitari col·lectiu, un intent —desesperat, condemnat al fracàs— d'aturar el vertiginós ritme dels canvis apel·lant a uns textos sagrats i a unes normes pretesament inamovibles. Aquí no ens endinsarem en aquestes qüestions, però convé fer-ne esment perquè constitueixen un dels elements més importants a l'hora d'entendre el discurs que desenvolupa Sloterdijk.

esdevenen el nou vector de referència<sup>141</sup>. Un vector, a més, que emanaria de l'interior de cadascú, de la singularitat de cada individu, i no pas de cap principi còsmic:

Desde que la Ilustración rebajó a Dios a la condición de resplandor moral en el fondo del universo, o bien le considero directamente una ficción, los modernos han ido desplazando la experiencia de lo sublime desde el terreno ético al estético. Conforme a las reglas de juego de la cultura de masas constituida desde el comienzo del siglo XIX, el hombre moderno ha hecho suyo el convencimiento de que puede sobrevivir con total inmunidad a terrores meramente figurados. (*Ibidem* : 567).

Així doncs, a partir del segle XIX el conjunt de pràctiques orientades a dur a terme una transformació personal té com a rerefons un model sublim d'inspiració estètica més que no pas religiosa i, a més, interpel·la al conjunt de la població. L'originalitat, la diferenciació, l'expressió del potencial latent en cadascú, esdevenen el nou rumb, la nova brúixola. El procés, però, no s'atura aquí. Al llarg del segle XX, i en especial durant les darreres dècades, els esports o l'autoajuda i les diverses psicoteràpies han pres el relleu en aquesta tasca. L'auscultació constant d'un mateix, l'exercici metòdic, la millora incessant, l'aplicació de noves tècniques i, en definitiva, la transformació personal, passen a estar estretament vinculats amb el model actual de capitalisme, on tot —i, sobretot, tothom— esdevé mercaderia. Una mercaderia que s'ha de canviar, actualitzar, reemplaçar i (re)crear contínuament.

De la immunitat simbòlica com a eina per poder afrontar amb èxit els perills de caire existencial a les tècniques de treball físic i mental sobre les persones i les col·lectivitats, i d'aquestes a la transformació del jo. Una transformació despresa, ara, de l'element religiós i posada al servei de la globalització capitalista. Aquest seria, en síntesi, l'esquema teòric proposat per Sloterdijk. Un esquema que només es pot entendre del tot si fem referència a la concepció del poder de Foucault. En especial, del darrer Foucault, perquè és en els darrers anys quan aquest pensador francès acaba consolidant una visió del poder entès no com quelcom que constreny, limita i sotmet, sinó com una realitat omnipresent en qualsevol grup i que opera, bàsicament, a partir de la capacitat de generar noves pràctiques, noves percepcions. I, sobretot, noves subjectivitats que, tot apel·lant a la llibertat, permetin crear aquelles realitats que el poder desitja dur a terme. Així, en paraules de l'autor,

El poder [según Foucault] no sería un aditivo obstruccionista de una capacidad originaria de libertad, sino un constitutivo de toda clase de capacitación. Configuraría en todos los sitios la planta baja sobre la que se asienta un sujeto libre. De ahí que se pueda describir incluso el

---

<sup>141</sup> En especial, Sloterdijk al·ludeix al pensament estètic de Nietzsche, en tant que vehicle i catalitzador del jo i dels valors. "Has de crear en tu mateix al creador": heus ací la frase nietzschiana que sintetitza la simbiosi entre transmutació i treball de canvi incessant sobre un mateix.

liberalismo como un sistema de *checks y balances* disciplinarios sin por ello enaltecerlo lo mas mínimo, pero sin tampoco denunciarlo. (*Ibidem* : 200).

Tanmateix, sobre aquesta concepció del poder, Sloterdijk aporta, com acabem de veure, un model teòric nou i, a més, dona nombroses evidències que apunten a que la transformació de la subjectivitat és quelcom que es remunta molt enrere en el temps. Cosa que no exclou que amb la secularització i la modernitat, l'imperatiu de la transformació personal perd el rerefons religiós, es fa extensible al conjunt de la població i pren noves formes i nous discursos.

### **El neoliberalisme entès com una cosmovisió global: Gonçal Mayos**

En la línia dels pensadors precedents, Gonçal Mayos Solsona també rebutja la interpretació del neoliberalisme com una mera doctrina econòmica i/o una opció ideològica acotada. I és que considerar-lo com una mera aposta per reforçar l'economia de mercat i evitar la intervenció governamental equival a passar per alt el seu abast. Millor dit, la seva autèntica naturalesa, que és justament la contrària: el neoliberalisme aspira a impregnar el conjunt de la societat, tots i cadascuns dels àmbits socials i culturals:

[El neoliberalismo] ya no es una mera economía de mercado (como el liberalismo clásico de Adam Smith y Ricardo), sino una sociedad toda ella determinada y colonizada por el mercado. (Gonçal Mayos. *¿Cómo la globalización y el neoliberalismo nos están cambiando?*, 2019 : 83).

Ara bé, introduir la lògica del mercat al conjunt de l'esfera social equival a fer-la extrapolable al conjunt de la societat. L'obsessió per la productivitat i el rendiment com a eines per a guanyar punts —o, senzillament, per no perdre'ls— en aquesta lluita competició de tots contra tots esdevé la pauta hegemònica en qualsevol faceta. I equival, també, a entendre l'individu com un empresari, com un empresari que és, ell mateix, el seu actiu més valuós i que, de manera lògica i inevitable, entra en contacte, en competència, amb altres individus-empresaris.

La conseqüència és que el conjunt de les relacions personals estan marcades per la competitivitat constant i per l'imperatiu d'esdevenir una marca d'èxit; és a dir, de fer del subjecte algú que crida l'atenció, que sap fer coses diferents, que esdevé atractiu i que, per tant, obtindrà un bon ressò de tot el que faci. Tots els lligams socials passen a regir-se per aquest patró. Un patró que esdevé tant omnipresent que fins i tot es fa extensible a la relació que hom estableix amb si mateix:

El hombre de nuestro tiempo es para sí y para el prójimo (que es visto irremediabilmente como un competidor mercantil) sobre todo una marca. Es una empresa unipersonal que

compite y se ofrece a todos los infinitos mercados que magnifica la sociedad neoliberal. (Gonçal Mayos, 2019 : 34).

L'individu, convertit en una "empresa unipersonal" en constant lluita competitiva, no pot romandre inactiu. La lentitud, la contemplació o la relaxació es tradueixen en una pèrdua de visibilitat, i aquesta, al seu torn, en una minva del poder competitiu. Per tant, ha d'estar en permanent moviment, en permanent activitat. A la feina, amb les amistats, en les seves pautes de consum i, per descomptat, a les xarxes socials:

El postfordismo tiende a sociedades y subjetivaciones de "rendimiento" hiperactivas y autoexplotadas hasta el dopaje. (*Ibidem* : 54).

Una altra conseqüència és la pèrdua de privacitat. Mantenir determinats àmbits de la vida personal i familiar equival a perdre visibilitat, a perdre valor potencial de mercat. En la societat neoliberal i en l'era de les xarxes socials, l'individu és impel·lit a mostrar públicament i a tothora la seva intimitat, a una (auto)exposició constant:

El modo de vida postfordista nos proyecta en una total y perpetua "extimidad", ya que — incluso inconscientemente— siempre estamos expuestos en las redes. En todo momento permanecemos disponibles [...]. Por tanto, la intimidad tradicional ha desaparecido. (*Ibidem* : 54).

Competitivitat a tothora i arreu, obsessió pel canvi constant d'un mateix, afany per convertir l'individu i tot el que fa, pensa o diu en una marca atractiva, reconversió de la intimitat en un ingredient essencial d'aïtal marca i, per tant, en quelcom a exposar en tot moment... I tot això sense necessitat que cap institució ho imposi i ho sotmeti a paràmetres i normes. Heus ací els trets del subjecte global i neoliberal.

### **De la biopolítica a la psicopolítica: la perspectiva de Byung-Chul Han**

Segons Byung-Chul Han, el poder disciplinari descrit per Foucault —la biopolítica— ja no és vàlid per a entendre la societat actual, car, en els nostres temps el poder es manifesta i es difon no a través del cos sinó de la ment, i no mitjançant el control i la normativització sinó apel·lant a la llibertat... entesa com la possibilitat de triar entre múltiples opcions de mercat. Examinem-ho, però, amb més detall:

El poder disciplinari és un poder que s'exerceix bàsicament sobre el cos i que es fonamenta en la *norma*, en sotmetre l'individu a un conjunt de pautes, rutines i normes pensades per a vigilar i controlar comportaments, per a normativitzar-los —posar-los sota l'imperi de llei o norma



establerta— però, ahora, per a normalitzar-los, és a dir, per a adequar-los a un denominador comú, a uns paràmetres estadístics d'allò que es considera adequat, correcte, *normal*. S'exerceix sobre el conjunt de l'individu i, per tant, també sobre la ment; tanmateix, opera bàsicament a través del control sobre el cos físic:

El poder disciplinario es un poder normativo. Somete al sujeto a un código de normas, preceptos y prohibiciones, así como elimina desviaciones y anomalías [...]. Opera sobre el cuerpo pero también sobre la psique, [si bien] no penetra en las capas profundas de la mente (Byung-Chul Han. *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*, 2014 : 36-37).

Tanmateix, aquesta modalitat ja no descriu de manera adequada el funcionament i la lògica del poder actual (Byung-Chul Han : 37-38)<sup>142</sup>. Aquest, avui, opera fonamentalment sobre la psique humana, més que no pas sobre el cos. I es plasma no a través de l'estandardització, la prohibició i el control extern sinó que, ben al contrari, recorre a l'estímul, a la llibertat d'elecció, a la gratificació emocional i sensorial, als estímuls positius:

Radicalmente más eficiente es la técnica de poder que cuida de que los hombres se sometan *por sí mismos* al entramado de dominación. Quiere activar, motivar, optimizar y no obstaculizar o someter. Su particular eficiencia se debe a que no actúa a través de la prohibición y la sustracción sino de complacer y colmar. (Byung—Chul Han. *Psicopolítica...*, 2014 : 28-29).

Particular atenció mereix la darrera frase d'aquest paràgraf. I és que el darrer, i tal vegada més important, tret del psicopoder és que es fonamenta en l'autocontrol, en la vigilància exhaustiva i constant que, per pròpia decisió i sense necessitat de cap coacció externa —si més no, de cap coacció explícita, manifesta— exerceix l'individu sobre si mateix:

Hoy creemos que no somos un sujeto sometido, sino un *proyecto* libre que constantemente se replantea y se reinventa. El yo como *proyecto*, que cree haberse liberado de las coacciones

---

<sup>142</sup> Cal posar de manifest que, en aquest punt, la lectura que Han fa de Foucault és clarament discutible perquè en cap moment té presents les substancials modificacions que aquest darrer autor introdueix cap al final de la seva vida i que queden recollides al llibre *El nacimiento de la biopolítica: curso del Collège de France 1978-1979* (2009), atampoc així com a *El cuidado de sí* (2019). Tal i com ja hem tingut ocasió de veure, en el decurs d'aquelles sessions Foucault analitza el neoliberalisme en termes d'una nova tècnica de governança que, a diferència del model disciplinari, substitueix l'estandardització i l'acatament de la norma per la diferenciació i el canvi constant, mentre que la vigilància passa de ser quelcom que fan les "institucions totals" a ser el producte, bàsicament, de la vigilància que el propi subjecte estableix sobre si mateix, a través d'un procés d'autoanàlisi i autoavaluació constant i exhaustiu. Es tracta, per tant, d'un canvi qualitatiu, d'una nova lògica, del poder, però també d'una nova tecnologia del jo, que Foucault ja anuncia en aquests textos tardans. Cosa que implica que bona part dels trets que Han analitza i que presenta com a contraposats als teoritzats per Foucault es troben, en realitat, presents en aquest darrer; si més no, en alguns dels seus textos més rellevants. No ens estendrem més sobre aquest punt perquè l'objectiu de la present recerca no és analitzar i contraposar el pensament d'ambdós intel·lectuals —ni de cap altre—, sinó d'intentar bastir, amb les seves aportacions, un marc teòric que ajudi a entendre millor les claus del nou individu i el paper que la propietat, l'accés i la compartició de béns, serveis i relacions personals hi juguen. Tanmateix, i en ares del rigor intel·lectual, hem considerat escaient fer contar aquesta lectura, al nostre parer incompleta, que Han fa de Foucault.

externas y de las coerciones ajenas, se somete a coacciones internas y a coerciones propias en forma de coacción al rendimiento y la optimización. (*Ibidem* : 11-12).

Amb tot, aquest autocontrol s'exerceix en un context marcat per les noves formes actives de vigilància i control; unes formes basades no en les institucions disciplinàries clàssiques —escola, fàbrica, presó...—, sinó en el *big data*, en l'anàlisi d'ingents quantitats de dades... que faciliten els mateixos individus tot exposant la seva vida personal i la seva intimitat a les xarxes socials i que permeten extrapolar tendències, pautes i possibles patrons de consum i de conducta. Patrons que no són, però, estàtics, sinó dinàmics, sotmesos a un continu procés de canvi.

Quina és la raó profunda subjacent al canvi de la tècnica de poder biopolítica a la psicopolítica? La resposta que dona Han s'allunya, en aquest punt, de l'òptica foucaultiana — recordem que, per a aquest darrer, la causa bàsica de la crisi del model disciplinari rau en una crisi profunda del model de governabilitat liberal, més que no pas en factors merament econòmics— per entrar en una anàlisi de caire més econòmic i productiu. Concretament, el factor clau d'aquest canvi és el pas d'un model de capitalisme centrat en la producció i venda a gran escala de béns i productes físics a un model centrat en la producció i venda d'informació, dades i tota mena de béns i serveis intangibles; uns béns i uns serveis que requereixen una elevada dosi d'innovació i creativitat i que, per tant, no requereixen d'un control físic i extern, sinó d'una elevada preparació cognitiva i, sobretot, d'una elevada motivació interna:

Este giro a la psique, y con ella a la psicopolítica, está relacionado con la forma de producción del capitalismo actual [...]. No se producen objetos físicos, sino objetos no físicos como informaciones y programas. El cuerpo como fuerza productiva ya no es tan central como en la sociedad disciplinaria biopolítica. Para incrementar la productividad, no se superan resistencias corporales, sino que se optimizan procesos psíquicos y mentales. (*Ibidem* : 42).

Tornem, però, al psicopoder entès com una eina de dominació que s'exerceix a través de l'autocontrol. Quins són els mecanismes bàsics a través dels quals funciona? Com i perquè l'individu neoliberal no només no hi oposa resistència sinó que hi col·labora activament? El primer d'ells, ja entrevist més amunt, és l'apel·lació a la passió, a la il·lusió generada pel fet que la competitivitat i l'esforç constants són una forma d'autorealització personal, una manera de materialitzar la llibertat d'elecció més genuïna. Unes apel·lacions que, tanmateix, es fonamenten no pas en la raó, en l'interès entès a la manera convencional, utilitarista, sinó en les emocions, en la irreflexibilitat, esdevingudes la suposada clau de volta de l'autèntic jo de cadascú:

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 [...]. 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. (*Ibidem* : 71).

La segona eina, complementària amb l'anterior, és la concepció de l'individu com un empresari modern i dinàmic del seu propi jo; com algú que, sigui quina sigui llur relació laboral i contractual, es percep a si mateix com un emprenedor que, si vol reeixir, ha d'excel·lir en la lluita competitiva contra els altres individus, i que, en conseqüència, ha de ser implacablement exigent amb si mateix, avaluar-se constantment per tal de detectar possibles punts febles i resoldre'ls, en un procés constant de millora. El resultat és que ja no cal que alguns explotin els altres, car tothom s'autoexplota:

El neoliberalismo como una forma de mutación del capitalismo convierte al trabajador en empresario [...]. Hoy cada uno es un trabajador que se explota a sí mismo en su propia empresa. Cada uno es amo y esclavo en una persona. (Byung—Chul Han, 2014 : 17).

La conversió de l'individu en empresari de si mateix té, lògicament, profundes conseqüències, d'entre les quals aquest pensador assenyala la dissolució dels vincles socials i, molt en especial, els que es donen en l'àmbit del treball; la fi de les lluites de classe, en tant en quant la solidaritat inherent a aquest tipus de lluita desapareix completament, essent substituïda per la competència constant entre individus; i, per últim, en no existir un nosaltres sinó tan sols un agregat d'individus, cadascú esdevé responsable del seu eventual fracàs. I, davant aquesta tessitura, i tenint en compte que som en un context marcat per l'autoexigència constant, es tradueix en una autèntica epidèmia de depressions, autoagressivitat i auge de la síndrome del *burnout*<sup>143</sup>. Tant és així que, la proliferació d'aquestes malalties, lluny de ser una disfuncionalitat o un cas extrem dins la lògica neoliberal, n'és el símptoma més febaent del seu bon funcionament i, alhora, una conseqüència inevitable, inseparable.

### **Mercat i competència = individu i societat lliures: F. A. Hayek**

Fins ara, hem tingut l'ocasió d'analitzar la naturalesa i l'abast del neoliberalisme des de diferents angles i perspectives. Falta, però, un element clau: donar la veu a exponents destacats d'aquest corrent. Sense ells, el quadre restaria incomplet, faltarien les fonts primàries, les afirmacions, teories i conceptes que li són propis i essencials. Però encara hi ha un segon motiu

---

<sup>143</sup> Byung-Chul Han desenvolupa més abastament aquest fenomen al seu llibre *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder, 2017. Una altra anàlisi extensa sobre les raons socials, econòmiques i cultural el trobem en el llibre –pendent de publicar en el moment de redactar aquest treball– de Gonçal Mayos Solsona titulat *¿Cómo la globalización y el neoliberalismo nos están cambiando?* [Barcelona], 2019.

que fa necessària la seva inclusió en el context de la present recerca. I és que si l'enfocament epistemològic aquí adoptat parteix de la base que la realitat social és una construcció intersubjectiva, és el resultat d'un imaginari social, la conclusió que se'n desprèn és que tota teoria que hagi tingut una marcada incidència institucional, mediàtica i cultural ha de tenir, i té, una vessant performativa. Contribueix a generar i donar forma a la realitat que postula i defensa. Per tant, resulta del tot punt necessari incloure-la aquí.

En aquesta línia, els tres referents principals del neoliberalisme, els que més han contribuït a donar-li forma i legitimar-lo, i els que més han fet perquè esdevingui una mena de cosmovisió o raó total capaç d'abastar molt més enllà de les qüestions estrictament econòmiques, són F. A. Hayek, a Milton Friedman i a Gary S. Becker.

Friedrich A. Hayek (Viena, 1899 – Friburg 1992) ha estat, sens dubte, un referent essencial del neoliberalisme; tal vegada el més destacat. Les seves aportacions als fonaments econòmics d'aquest corrent foren molt destacats i, finalment, obtingué el Premi Nobel d'Economia l'any 1974<sup>144</sup>. Amb tot, la seva influència no es limità a aquest àmbit, sinó que, a més, desenvolupà durant dècades una tasca incessant per a fornir, legitimar i difondre tot un seguit de raonaments de caire polític, cultural i fins i tot ètic per a donar validesa a un corrent que, durant dècades, fou obertament minoritari en el pensament econòmic i social.

D'entre la seva extensa producció bibliogràfica, hi ha un títol que destaca clarament: *Camí de servitud*<sup>145</sup>. Escrit originàriament en plena II Guerra Mundial, el llibre constitueix un al·legat contundent en pro de la llibertat de mercat i de la competència, entesos no tan sols com la condició de possibilitat de la prosperitat sinó també com els pilars bàsics de la llibertat, la democràcia i l'ètica. Es tracta d'un llibre que ultrapassa de llarg la perspectiva estrictament econòmica per abastar de ple qüestions socials, ideològiques, filosòfiques, ètiques i, sobretot, polítiques:

Aquest és un llibre polític. No vull disfressar-lo qualificant-lo, com hauria pogut fer, amb el terme més elegant i ambiciós d'assaig de filosofia social. Sigui, però, quin sigui el nom, el fet essencial és que tot el que diré prové de certs valors fonamentals. (F. A. Hayek. *Camí de servitud*, 2003 : 45).

I, en bona part, és en virtut d'aquest enfocament ambiciós que aconseguí un ressò gairebé immediat i que, encara avui, és considerat un dels textos de referència del neoliberalisme.

---

<sup>144</sup> Compartit amb Gunnar Myrdal.

<sup>145</sup> L'edició original anglesa, titulada *The Road to Self-Dom*, fou escrita entre 1941 i 1942 i publicada per l'editorial Routledge Press l'any 1944. Després, se n'han fet diverses reedicions; en especial, les de 1956 i 1976

La tesi central del llibre és inequívoca: la planificació de l'economia i, en general, tota actuació que interfereixi en els mecanismes de mercat i en la lliure competència, però també en la distribució de rendes que se'n deriva, porta a la tirania, al totalitarisme. Sovint, de manera no volguda; a vegades, en contra dels ideals nobles dels qui opten per aquesta via, però no per això deixa de ser un destí inexorable, inequívoc. Expressat en termes més concrets: feixisme i socialisme serien, en el fons, dues variants, dos camins que menen al mateix lloc: la supressió de les llibertats i de la democràcia, la completa submissió de l'individu al poder omnímode i tirànic de l'Estat:

El que he argumentat en aquest llibre [...] és que les conseqüències imprevistes però inevitables de la planificació socialista creen una situació en què [...] les forces totalitàries seran les dominadores. Subratllo de forma explícita que el socialisme només es pot dur a la pràctica mitjançant uns mètodes que la majoria de socialistes desaproven. (F. A. Hayek. *Op. Cit.*, 2003 41-42).

La raó de fons d'aquesta confluència és que, malgrat les enormes diferències i els antagonismes, sovint violents<sup>146</sup>, entre els diferents tipus de socialisme i els feixismes, ambdós parteixen d'un rerefons comú: la seva determinació de planificar de manera detallada el conjunt de les dinàmiques socials i, més concretament, els recursos materials que la fan possible:

Es poden descriure els trets comuns de tots els sistemes col·lectivistes, segons una frase molt del gust dels socialistes de totes les escoles, com l'organització deliberada dels esforços de la societat envers un objectiu social definit [...]. Els diferents tipus de col·lectivisme, comunisme, feixisme, etc., difereixen quant a la natura de l'objectiu envers el qual volen dirigir els esforços de la societat. Però tots aquests en conjunt divergeixen del liberalisme i de l'individualisme quant a l desig d'organitzar tota la societat i tots els seus recursos capa a aquest fi unitari i el seu refús de reconèixer les esferes autònomes on tenen un paper suprem els objectius dels individus. En resum, són totalitàries en l'autèntic sentit d'aquesta nova paraula. (*Ibidem* : 109-110).

Segons admet el mateix Hayek, aquesta no és una tesi del tot original. Diversos autors ja l'havien defensada. El que sí constitueix una aportació original és l'anàlisi del perquè, l'estudi de

---

<sup>146</sup> Hayek no nega els enfrontaments, en ocasions obertament violents, entre socialisme i feixisme, però en fa una interpretació pròpia: els atribueix no al conflicte entre capital i treball, ni a l'antagonisme entre democràcia i totalitarisme, sinó a la lluita entre dues formes de totalitarisme que, moguts per la seva voluntat de poder absolut i pel seu tarannà intrínsecament intolerant, acaben xocant frontalment. Amb un afegit: reinterpreta el conflicte de classes entre ambdós corrents en termes de lluita entre faccions —els obrers tècnics i qualificats, proclius al socialisme i al comunisme, i els professionals liberals i els petits propietaris, sovint afins al feixisme— que busquen acaparar el poder de l'Estat. Un poder que, en virtut del control de l'activitat econòmica, hauria esdevingut omnímode i, per tant, especialment cobejat. Quant al suport d'alguns grans conglomerats econòmics al feixisme, també l'atribueix a aquesta voluntat de cooptar l'Estat i administrar, així, tots els recursos. Des de la seva òptica, el conflicte de classes es redueix a un conflicte entre elits pel control en exclusiva dels recursos. Una exclusivitat que seria possible, justament, gràcies a la supressió de la llibertat de mercat i de la competència que, segons Hayek, comparteixen feixistes i socialistes.

la concatenació de factors que la fan inevitable. Aquest és, justament, el propòsit principal del llibre.

Una primera argumentació és de caire tècnic: en les societats complexes, les qüestions relatives a l'intercanvi de béns i serveis són tan complexes, i depenen de tantes variables, que l'intent de sotmetre-les a una planificació rigorosa està condemnada al fracàs. Les ineficiències de tota mena en seran el resultat inevitable. El llibre és ple d'argumentacions de caire econòmic i tècnic sobre aquestes qüestions, en les quals no entrarem aquí, però paga la pena deixar constància de l'argument de base: la complexitat de l'activitat econòmica és de tal magnitud, que l'única opció funcional, i l'única viable, és deixar que els preus de l'oferta i la demanda la regulin:

I com que mai no podem saber el tot els detalls dels canvis que afecten constantment les condicions de demanda i oferta de les diferents mercaderies ni es poden recollir i propagar amb prou rapidesa a través de cap centre, el que es requereix és un aparell registrador que reculli automàticament tots els fets rellevants de les accions de l'individu [...]. És això precisament el que fa el sistema de preus en competència i el que cap altre sistema ni tan sols promet de complir. (*Ibidem* : 101).

Les ineficiències que necessàriament es deriven de la planificació econòmica tenen, però, una segona derivada, més política: atès que els resultats que s'hi obtenen queden lluny dels objectius previstos, creix la demanda de donar plens poders al poder executiu —ja sigui en forma d'un líder indiscutible, d'un partit o d'un govern “fort”— perquè pugui resoldre els problemes. Tant els tècnics encarregats de dur-la a terme com l'opinió pública es malfiaran cada cop més del parlament i dels mecanismes de control democràtics; veuran en ells la paràlisi, la divisió de parers i la demagògia que impedeixen de seguir endavant. Per tant, el camí per a la supressió de la divisió de poders i de l'imperi de la llei queda expedit:

L'acord quant a la planificació, sumat a la incapacitat de les assemblees democràtiques d'elaborar un pla, farà que cada vegada es demani amb més energia que s'atorguin poders al govern o fins i tot a un individu perquè actuï sota la pròpia responsabilitat. Si cal fer les coses, com més temps passa, més estem convençuts que les autoritats responsables han de ser deslliurades dels grillons del procediment democràtic. (*Ibidem* : 120).

De totes maneres, ni les dificultats tècniques inherents a tot procés de planificació econòmica ni la tendència a concentrar les decisions en mans d'experts sotmesos al control de l'executiu i no pas del parlament són la principal causa del nexa inequívoc i irremeiable entre supressió del mercat capitalista<sup>147</sup> i totalitarisme. De fet, el factor decisiu, el més important, és de naturalesa

---

<sup>147</sup> Resulta significatiu que el terme capitalisme surt en poques ocasions en el aquest llibre i, quan ho fa, apareix entre cometes. En canvi, els mots “mercat” i “competència” apareixen una vegada i una altra, sense cometes i evidentment amb connotacions positives.

política, i fins i tot filosòfica: té a veure amb el fet que l'economia no constitueix una finalitat en si mateixa sinó que és una eina —indispensable i poderosa, això sí— al servei de les metes que hom vulgui fixar. Ara bé, en una societat lliure les metes són, i només poden ser, individuals. Com a tals, són plurals, divergents i, en no poques ocasions, antagòniques. D'on es deriva que tota planificació econòmica —inclosa també tota possible transferència de recursos, tota possible política redistributiva— afecta als mitjans necessaris per a assolir aquestes metes i constitueix, de manera inevitable, una presa de posició, una preferència que una persona o un grup reduït pren en nom del conjunt de la població d'un país. Més encara: atès que l'activitat econòmica és un tot interdependent integrat per multitud de factors, les decisions a prendre són moltes, virtualment infinites, i els efectes també. Per tant, l'intervencionisme econòmic és un procés sense aturador que pressuposa i implica que un individu, partit, ens o grup reduït prengui decisions que acaben afectant totes i cadascuna de les facetes de la vida. Així, el poder de decisió de l'individu minva inexorablement fins que acaba per desaparèixer. El camí cap al totalitarisme resta obert i ja no té marxa enrere.

És essència del problema econòmic que l'elaboració d'un pla econòmic comporti l'elecció entre fins que estan en conflicte o en competència: diferents necessitats de diferents persones [...] ¿Quines són les alternatives entre les quals cal escollir? Heus aquí unes coses que només poden saber els que coneixen el país. Només ells, els experts, estan en condicions de decidir a quins dels diferents fins s'ha de donar preferència. És inevitable, doncs, que imposin a la comunitat per a la qual treballen la seva esca de preferències. (*Ibidem* : 118).

És a partir d'aquesta cadena de raonaments que arribem a la temàtica que ens ocupa: la naturalesa de l'individu i el paper que hi juga la propietat. *Camí de servitud* no és només un tractat d'economia política, ni tampoc un referent merament ideològic, sinó que, a més i sobretot, constitueix una autèntica ontologia del subjecte i de la societat. Segons Hayek, la societat és, al capdavall, una suma d'individus, entesos com uns ens autònoms que tenen necessitats, inclinacions i preferències úniques i singulars. La societat és un artifici —útil i necessari, això sí— que té per funció facilitar la consecució de les fites que cadascú es marqui:

El que s'anomenen “fets socials” són fins merament idèntics de molts individus o fins per poder assolir els quals els individus estan disposats a contribuir a canvi de l'ajut que reben en la satisfacció dels seus desigs. (*Ibidem* : 113).

No hi ha, per tant, necessitats, aspiracions o valors col·lectius, sinó que únicament els individus en són portadors legítims. Vol dir això que Hayek creu que l'ésser humà és, en essència, egoista i calculador, un ens centrat només en els seus interessos i desitjos? No exactament. De fet, el seu model d'individu atorga una gran importància als valors ètics i a la preservació del dret inalienable a portar l'estil de vida que hom prefereixi. Això sí, amb un matís essencial: atès que els

valors, les preferències i les aspiracions només són, i només poden ser, fruit d'opcions individuals —en definitiva, fruit de la ment de cadascú—, ningú, absolutament ningú, té dret a utilitzar els poders de l'Estat per a impulsar-los, i menys encara imposar-los. D'on es deriva que la funció de l'ordre social i, més concretament, la raó de ser de l'individualisme com a corrent filosòfic i polític, és fornir unes regles generals de convivència que garanteixin que tothom sigui lliure de seguir les seves preferències personals, amb l'únic límit d'evitar que aquestes darreres interfereixin en les altres persones. Altrament dit: la societat és un agregat d'individus, entesos com a ens plenament lliures de triar els seus fins; uns fins inequívocament diversos i que, sovint, entren en conflicte. Per tant, la seva funció rau en garantir que cadascú segueixi sent el jutge i àrbitre únic d'allò que pensa, d'allò en què creu i d'allò que fa, tot evitant que interfereixin en les altres persones:

Aquest és el fet fonamental en què es basa tota a filosofia de l'individualisme. No assumeix, com se sol afirmar, que l'home sigui egoista o egòlatra ni que ho hauria de ser, sinó que arrenca del fet indiscutible que els límits de la nostra facultat imaginativa impossibiliten la inclusió a la nostra escala de valors de més d'un sector de les necessitats de tota la societat i que, ja que estrictament parlant les escales de valors només poden existir en les ments individuals, no hi ha més que escales parcials de valors, unes escales que, de manera inevitable, són diferents i que sovint es contradiuen les unes a les altres. L'individualisme conclou, a partir d'aquí, que seria bo que es permetés als individus, dins d'uns límits definits, que fessin cas dels seus propis valors i preferències i que, dins d'aquestes esferes, caldria que el sistema d'objectius de l'individu fos suprem i no estigués subjecte a l dictat de ningú. És aquest reconeixement de l'individu com a jutge final dels propis objectius, la convicció que fins allà on sigui possible les seves idees han de governar els seus actes, allò que constitueix l'essència de la posició individualista. (*Ibidem* : 112).

La defensa de la llibertat individual —econòmica, però també civil, política i ètica— és, doncs, la raó de ser del liberalisme. Ara bé, Hayek era plenament conscient que el mot "llibertat" admet diverses accepcions, i que algunes d'elles poden menar a conclusions ben diferents del que ell defensa. És per això que posa especial cura en precisar que el seu abast rau en lliurar l'individu de la tirania i de tota coerció externa que limiti les seves opcions de triar. Qualsevol altra definició<sup>148</sup>, i molt en especial la que la veu com a sinònim de superació de les limitacions materials, és no tan sols fal·laç, sinó obertament perillosa:

Per als grans apòstols de la llibertat política la paraula havia significat llibertat davant la coerció, llibertat davant el poder arbitrari d'altres homes, alliberament dels lligams que no

---

<sup>148</sup> El paral·lelisme amb l'enfocament exposat per Isaiah Berlin a *Two concepts of liberty*, publicat originàriament l'any 1958 i disponible en castellà (*Dos conceptos de libertad*. Madrid: Alianza, 2014) és notable. Amb tot, cal fer notar que Berlin, a diferència de Hayek, no rebutja frontalment tota possible interferència en el mercat o tota possible redistribució de recursos, sinó que posa èmfasi en afirmar que aitals fites, que en principi considera legítimes, només no pertanyen pròpiament a l'àmbit estricte de la llibertat, que seria el de la "llibertat negativa", entesa com l'absència de constriccions externes que limiten la presa de decisions del subjecte, i només són vàlides si no restringeixen aquesta llibertat.



deixaven a l'individu cap altra opció que l'obediència a les ordres d'un superior a qui es trobava subjecte. La nova llibertat, de tota manera, prometia que haurà de ser llibertat davant la necessitat, alliberament de la compulsió de les circumstàncies que ens limiten [...]. La llibertat només és en aquest sentit, naturalment, un altre nom del poder o la riquesa [...]. La promesa es reduïa, en realitat, a afirmar que desapareixerien les grans disparitats existents. (*Ibidem* : 75).

Aquest punt és particularment important en el pensament de Hayek perquè, de fet, la llibertat no només no implica garantir uns estàndards econòmics per a tothom per tal que hom pugui triar sense por a veure's privat d'allò que necessita, sinó que l'autèntic mèrit de la llibertat per a perseguir les pròpies fites rau en el risc d'arriscar. I, també, en el sacrifici que tota elecció comporta. Sense aquests elements —és a dir, en un hipotètic context d'abundància garantida per a tothom— la llibertat perdria la seva condició de possibilitat, la seva raó de ser.

El concepte d'individu i de llibertat postulat per Hayek constitueix la base per a la defensa aferrissada del lliure mercat. Segons els seu argumentari, lluny de voler fer de l'interès pecuniari una finalitat que s'imposi sobre les altres, del que es tracta és d'entendre'l com un mitjà, com el mitjà indispensable per a que cadascú pugui triar allò que vol fer i que estigui disposat a competir i a arriscar per a assolir-ho. És justament per això que la llibertat econòmica i els diners són tan importants, tan fonamentals:

Els diners són un dels instruments més grans de llibertat que ha inventat l'home. Són els diners els que, en la societat existent, obren un prodigiós ventall de possibilitats. [...] Mentre puguem disposar lliurement de les nostres rendes i dels nostres béns, la pèrdua econòmica només ens privarà dels que considerem menys importants. (*Ibidem* : 145).

Vol dir tot això que el paper de l'Estat s'ha de limitar a seguir els cànons del "laissez-faire"? Que s'ha d'abstenir d'intervenir en l'esfera econòmica i en els mercats? La resposta aparent és afirmativa; una lectura atenta del llibre, però, ens porta a una direcció ben diferent: l'Estat ha de tenir un protagonisme important. Cal que prengui un paper actiu, que esdevingui un catalitzador dels mercats, consolidant i ampliant el seu abast i fent que funcionin de la manera més competitiva possible, car només així serà possible optimitzar-ne tot el potencial.

L'argument liberal està a favor de fer el millor ús possible de les forces de la competència com un mitjà de coordinar els esforços humans, no un argument per deixar les coses tal com estan. Es basa en la convicció que allà on es pot crear una competència efectiva, aquesta serà la millor manera de guiar els esforços individuals. Això no nega, sinó que fins i tot accentua que, si la competència ha d'actuar de forma beneficiosa, és necessari un marc legal ben estructurat. (*Ibidem* : 87).

Tanmateix, les raons per a consolidar i expandir els mercats no són només d'índole estrictament econòmica. Hayek insisteix, una vegada i una altra, en la tesi ja esmentada abans segons la qual viure en llibertat equival a triar entre diverses opcions i a assumir-ne les conseqüències, els costos i els sacrificis. Per tant, si l'Estat declina dirigir l'activitat econòmica i redistribuir la riquesa però, en canvi, pren un paper actiu en la consolidació dels mercats basats en la competència, estarà garantint, al mateix temps, la llibertat:

El liberalisme econòmic [...] considera superior la competència no solament perquè, en la majoria de circumstàncies, és el mètode més eficient dels que es coneixen, sinó sobretot perquè és l'únic mètode a través del qual podem ajustar mútuament les nostres activitats sense una intervenció coercitiva o arbitrària de l'autoritat. De fet, un dels principals arguments a favor de la competència és que prescindeix de la necessitat d'un control social conscient. (*Ibidem* : 87-88).

Eficiència i llibertat individual: heus aquí les claus que, segons Hayek, han de fer de l'Estat un agent dinamitzador dels mercats competitius. I són aquestes, també, les claus que expliquen que la preservació i consolidació del dret a la propietat privada és, i ha de ser, un objectiu cabdal, fonamental. És la garantia última de la llibertat. Fins i tot, per aquells que no en tenen, ja que els garanteix la possibilitat de posar al mercat els fruits del seu treball i de les seves qualitats:

La nostra generació ha oblidat que el sistema de la propietat privada és la garantia més important de la llibertat, no ja solament per a aquells que són propietaris sinó també, gairebé en no menor grau, per a aquells que no ho són. Pel sol fet que el control dels mitjans de producció estan dividits entre moltes persones que actuen independentment, no hi ha ningú que tingui un poder complet sobre nosaltres i, com a individus, podem decidir què hem de fer. Si tots els mitjans de producció estiguessin en una sola mà, ja es tractés nominalment d'una "societat" en conjunt o d'un dictador, fos qui fos el que exercís aquest control, tindria poder absolut sobre nosaltres. (*Ibidem* : 160).

I la democràcia? Quin paper hi juga? Hayek fa una encesa defensa de la democràcia, i constantment adverteix del perill a què es veu sotmesa si la planificació econòmica i els intents de redistribuir la riquesa segueixen endavant. Tanmateix, hi introdueix un matís cabdal: la democràcia, per molt important que sigui, és un mitjà, un instrument al servei de la llibertat personal:

La democràcia és essencialment un mitjà, un instrument utilitari per salvaguardar la pau interior i la llibertat individual. (*Ibidem* : 123).

I, com a tal mitjà, se l'ha de qüestionar quan no serveix per a la seva finalitat. De fet, si una majoria decideix, democràticament, interferir en els mercats, la competència i la propietat, estarà obrint el pas cap al totalitarisme, per molt que segueixi havent-hi eleccions:

La col·lisió entre planificació i democràcia sorgeix simplement del fet que la darrera és un obstacle a la supressió de la llibertat que exigeix la direcció de l'activitat econòmica. Però quan la democràcia deixa de ser una garantia de la llibertat individual, pot molt bé persistir sota alguna forma en un règim totalitari. (*Ibidem* : 124).

### **La llibertat d'escollir com a paradigma total: Milton Friedman**

Per a l'economia com a disciplina, Milton Friedman és el principal referent del monetarisme<sup>149</sup> —llurs aportacions en aquest camp van servir d'argument principal per a concedir-li el Premi Nobel d'economia l'any 1976<sup>150</sup>— i, juntament amb Hayek, el crític més rellevant del keynesianisme. L'impacte dels seus postulats, però, s'estén molt més enllà d'aquest àmbit del coneixement. Les seves idees han tingut, alhora un ressò acadèmic rellevant en diverses disciplines i una forta repercussió popular. Però, a més, han influït de manera decisiva a nivell polític i institucional: Milton Friedman assessorà diversos governs, com ara els de Ronald Reagan, Margaret Thatcher i Augusto Pinochet. Elements, tots ells, que fan d'aquest autor el principal referent del neoliberalisme i, sobretot, el seu propagador més eficaç.

I és justament la tasca de propagador, la de pensador que va contribuir decisivament a forjar un imaginari social farcit d'elements neoliberals —de forma explícita però encara molt més de manera implícita— el que més interessa en el context d'aquesta recerca. En aquest sentit, l'obra més rellevant, la que va servir per a popularitzar les seves idees, és la que va escriure en col·laboració amb Rose, la seva muller, i que porta per títol *Libertad de elegir: hacia un nuevo liberalismo económico*<sup>151</sup> (1982). Obra que, d'altra banda, va anar acompanyada de la sèrie televisiva homònima, que gaudí d'una gran audiència als Estats Units. Per tant, prestarem una atenció preferent a aquest llibre, més que no pas a *Capitalismo y libertad*<sup>152</sup>. Aquest darrer, malgrat ser el que presenta un desenvolupament més exhaustiu i acadèmic dels seus arguments, no gaudí, ni de lluny, de la difusió i l'impacte de l'altre.

L'argument principal d'ambdós títols és, però, exactament el mateix: només la plena llibertat de mercat —és a dir, la plena llibertat de les persones i les organitzacions per a comprar i vendre

---

<sup>149</sup> Les aportacions de Milton Friedman en aquest camp queden recollides en diverses publicacions. Una de les més assenyalades i citades a la bibliografia especialitzada ha estat la següent: Friedman, Milton (1970). "A Theoretical Framework for Monetary Analysis". *Journal of Political Economy*. 78 (2): 193–238 [p. 210]

<sup>150</sup> Vegeu: <https://www.nobelprize.org/prizes/lists/all-prizes-in-economic-sciences> [darrera consulta: 03/09/2020].

<sup>151</sup> Publicat a Barcelona per l'editorial Grijalbo. Posteriorment, també ha estat publicat per l'editorial Orbis, Planeta-DeAgostini i per la Fundació FAES, entre d'altres, cosa que dona idea del seu grau de popularitat. L'edició original en anglès, escrita per Milton i Rose Friedman, portava per títol *Free to choose: a personal statement*, i fou publicada a Nova York per l'editorial Harcourt l'any 1980.

<sup>152</sup> Editat a Madrid per Fundació ICO l'any 2012. Hi ha, també, una edició força antiga, de l'any 1966, de l'editorial Rialp.

tota mena de productes i serveis, així com per a vendre i comprar la força de treball— pot garantir la prosperitat econòmica i les llibertats civils i polítiques. Per tant, qualsevol interferència governamental en aquests àmbits, qualsevol regulació del mercat, qualsevol intent de limitar-ne l'abast i, per descomptat, qualsevol intent de substituir la lògica del mercat per la lògica de la nacionalització i/o la intervenció pública, constitueix, alhora, un greuge econòmic i una amenaça per a la llibertat. Ras i curt: serem més lliures en la mesura que hi hagi més llibertat de mercat; i a l'inrevés: serem menys lliures com més gran sigui la regulació i el control dels mercats.

Per a argumentar-ho, Friedman recull i fa seves les tesis d'Adam Smith segons les quals si hi ha un mercat lliure els intercanvis faran possible l'aparent paradoxa que suposa que una suma d'individus que cerquen els seus interessos i propòsits particulars acabin generant, sense que ningú no s'ho proposi, un major benestar i prosperitat generals.

Però, per què és així? Com opera la famosa “mà invisible” d'Smith? És aquí on Friedman fa una de les seves aportacions teòriques més reconegudes. Segons ell, els preus son la clau que fa possible que una pluralitat de persones cooperin i proporcionin béns, serveis i prosperitat sense que calgui cap planificació ni cap intenció altruista. Bàsicament, perquè proporcionen informació —un preu o un sou més elevat, implica més demanda; un de més baix, suposa menys demanda—; estimulen a emprendre activitats productives; i, per últim, permeten que qui aporti més valor —és a dir, qui proporcioni els béns i serveis més demandats i ho faci de la manera més eficient i competitiva possible— obtingui més guanys, i a l'inrevés, vinculant així generació de prosperitat i guany obtingut:

Los precios desempeñan tres funciones en la organización de la actividad económica: primero, transmiten información; segundo, aportan el estímulo para adoptar los métodos de producción menos costosos [...]; tercero, determinan quién obtiene las distintas cantidades del producto —la llamada distribución de la renta—. Estas tres funciones están íntimamente relacionadas. (Milton i Rose Friedman. *Libertad de elegir: hacia un nuevo liberalismo económico*, 1982 : 32).

És mitjançant els preus que oferta i demanda es regulen automàticament, fent possible que el mercat proveeixi allò que els individus i empreses necessiten a cada moment i que, a més, ho faci de manera eficient, optimitzant al màxim tots els factors de producció: capital, treball i terreny i instal·lacions. El resultat? Més enllà dels guanys o les pèrdues personals, el mercat lliure constitueix la base de la prosperitat econòmica i la creació de llocs de treball. I tot això sense cap necessitat de planificació o regulació.

Però, més enllà de les explicacions tècniques, si el mercat és, segons Friedman, tan eficient a l'hora d'assignar recursos i cobrir necessitats, si pot aconseguir aquestes fites de manera

autoregulada, sense que ningú ho planifiqui, és perquè, en últim extrem, descansa sobre unes bases antropològiques que ho fan possible. Els mercats capitalistes funcionen, i funcionen bé, perquè es basen en la naturalesa humana. Concretament, en un dels seus trets més rellevants: l'afany per maximitzar els propis interessos (i els de la família) tot procurant aconseguir els millors resultats amb els mínims costos possibles. Un tret que és universal, inherent a l'ésser humà. De fet, a *Libertad de elegir* trobem extensos paràgrafs dedicats a intentar demostrar que allà on es deixa que proliferin els mercats lliures, els resultats son espectaculars, sigui quin sigui l'entorn cultural. Així, l'autor contrasta la prosperitat de Hong Kong amb la pobresa i endarreriment de la Xina comunista anterior a Deng Xiao Ping<sup>153</sup>.

Aquest postulat té, inevitablement, un corollari: allò on hom intenta intervenir el mercat, els resultats son nefastos des d'un punt de vista econòmic. La planificació econòmica i la limitació a la llibertat de mercat porten al desastre, per molt bones i altruistes que siguin les intencions amb què es duen a terme. I no és que fracassin per la corrupció, el nepotisme o la incompetència, sinó que aquestes disfuncions son el resultat (i no pas la causa) inevitable de violar les lleis de l'economia... que son, en darrer terme, les mateixes que les de naturalesa humana. En concret, tot programa d'intervenció sobre els mercats, així com tot intent de redistribuir la riquesa, està condemnat al fracàs per una doble raó, tècnica i antropològica. La raó tècnica és que altera el flux espontani del mecanisme d'informació que son els preus de mercat; la raó antropològica és que implica que una pluralitat d'individus o entitats —buròcrates, administradors, treballadors socials, etc.— gastin uns diners que no son seus en benefici d'uns tercers. Cosa que, en violar l'imperatiu d'obeir al propi interès, genera ineficàcies i disfuncions de tota mena:

Gastan, en efecto, el dinero de otras personas a favor de un tercero. Sólo la bondad humana, y no el estímulo mucho más fuerte y dependiente del interés propio, asegura que dichos burócratas utilizarán el dinero del modo más beneficioso para los receptores. De ahí proceden la inefectividad, el despilfarro del gasto. (Milton i Rose Friedman, 1982 : 168).

La solució a aquestes disfuncions passa per retornar la plena llibertat als mercats i, per tant, limitar l'abast de l'acció dels poders públics als àmbits que el liberalisme clàssic ja li assignava, a saber, la

Defensa de la nación frente a sus enemigos externos y protección de cada uno de nosotros frente a los abusos de nuestros propios conciudadanos, zanjando disputas y permitiéndonos dar nuestra conformidad a las normas que debemos cumplir. (*Ibidem* : 23).

---

<sup>153</sup> Recordem que l'obra fou publicada originàriament l'any 1980, i en la seva major escrita l'any anterior, és a dir, abans que comencessin les reformes que en pocs anys haurien de dur a la Xina a ocupar un lloc prominent en la globalització capitalista.

Govern mínim i mercats autoregulats lliures de tota intervenció aliena que funcionen perquè els individus es mouen, fonamentalment, per l'interès i no pas per cap altruisme. Fins aquí, es tracta en essència del mateix discurs que el liberalisme i l'economia clàssiques popularitzaren a partir d'Adam Smith. O, més ben, dit, d'una determinada lectura d'Adam Smith que negligeix o deixa de banda altres aspectes, com ara el seu èmfasi en els estudis morals, en la "simpatia"<sup>154</sup>, o el seu rebuig a l'aleshores incipient naixement de les societats anònimes. Les aportacions de Friedman serien tècniques —l'estudi detallat dels mecanismes de fixació de preus, el paper de la política monetària a l'hora de limitar la inflació, els estudis sobre les causes de l'anomenada "estanflació" que serien la conseqüència inevitable de les polítiques keynesianes, etc.—, però el gruix del seu pensament seria coincident amb el liberalisme econòmic clàssic. D'aquí el nom de "neoclàssic" amb què sovint se l'anomena en la literatura econòmica.

Aquesta interpretació sembla veure's recolzada, a més, per les constants referències a Adam Smith i al liberalisme decimonònic. Tanmateix, hi ha elements de pes en aquesta obra per a fer-ne una lectura substancialment diferent: sota l'empara de la teoria econòmica clàssica, Friedman assenta algunes bases cabdals no tant per a *retornar* la plena autonomia al mercat, sinó per a fer que la competència que li és pròpia es faci *extensible* al conjunt del cos social i polític.

D'entrada, perquè aquesta obra planteja que el mecanisme de "cooperació" —entès en el sentit de conjunt d'interaccions voluntàries entre individus— no és exclusiu del mercat sinó que és aplicable a altres esferes; de fet, el llibre advoca perquè s'hi apliqui, en detriment de l'altre model, al que anomena "jeràrquic" o, a vegades, "planificat":

Nada nos impide, si queremos, edificar una sociedad que se base esencialmente en la cooperación voluntaria para organizar tanto la actividad económica como las demás actividades; una sociedad que preserve y estimule la libertad humana, que mantenga al Estado en su sitio, haciendo que sea nuestro servidor y no dejando que se convierta en nuestro amo. (*Ibidem* : 61).

Ara bé, si existeix aquesta possibilitat, si quasi<sup>155</sup> totes les esferes de l'acció social es poden regular mitjançant la interacció voluntària és, un cop més, perquè resulta plenament compatible amb la naturalesa humana. Vol dir això que, segons els Friedman, ens comportem de manera egoista i instrumental en qualsevol àmbit? No exactament; de fet, el llibre és ric en exemples i lloances d'accions altruistes —que, segons ells, encara sovintejarien més si els impostos i la intervenció estatal fossin més baixos— que vindrien a demostrar que l'egoisme no és, ni de bon

---

<sup>154</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió, el capítol dedicat a Adam Smith en la primera part d'aquesta recerca

<sup>155</sup> Les úniques excepcions serien l'exèrcit la policia i la justícia. La seguretat i la defensa de l'ordre no podrien entrar en una dinàmica de mercat perquè els mecanismes de cooperació voluntària necessiten de l'efecte dissuasiu per a poder funcionar. Són, doncs, la condició de possibilitat del mercat i, com a tals, necessiten un comandament i una estructura jeràrquica.

tros, l'únic mòbil. Arribats a aquest punt, sembla que estiguem davant una contradicció flagrant amb la seva tesi, no menys reiterada que la que acabem d'esmentar, segons la qual l'interès individual o, a tot estirar, el de la família, sigui la motivació principal. Els autors són conscients d'aquesta presumpta contradicció i en donen ràpidament l'explicació: descansa en una mala interpretació del significat i abast del terme "interès"; un malentès que els Friedman procuren aclarir:

Se ha censurado la economía porque, según se afirma, llega a conclusiones trascendentales a partir de un "hombre económico" imaginario, que es poco más que una máquina calculadora, sensible a los meros estímulos monetarios. Esto es un gran error. El interés personal no equivale al egoísmo miope, sino que engloba todo cuanto interesa a los participantes en la vida económica, todo lo que valoran, los objetivos que persiguen. (*Ibidem* : 48).

En conseqüència, mercat i motivacions culturals, socials o ètiques són plenament compatibles:

No hay contradicción entre un sistema de mercado libre y la búsqueda de notables objetivos sociales y culturales, ni entre aquél y la compasión para con los menos afortunados, siempre que esa compasión adopte [...] formas de actividad benéfica particular. (*Ibidem* : 61).

L'interès individual, doncs, no és sinònim de càlcul econòmic, sinó que abasta tot allò que motivi a cadascú, sigui el que sigui. Per tant, allò que proposa el llibre no és tant estendre la lògica mercantil i monetària a totes les esferes, anul·lant o menystenint altres metes o inclinacions, sinó fer que aquestes funcionin segons la lògica del mercat. I això vol dir, sobretot, que siguin el resultat de decisions personals. Com acabem de veure al paràgraf precedent, la "beneficència" està molt bé en tant que sigui "particular", però no hi ha cabuda per a la recerca col·lectiva del bé comú, ni tampoc per a cap acció social que es tradueixi en drets i deures d'obligat compliment. Des d'aquesta perspectiva, estem ara en condicions d'entendre millor perquè els autors advoquen per a analitzar l'esfera política amb les mateixes categòriques que s'empren en la ciència econòmica:

*Libertad de elegir* trata el sistema político de un modo simétrico al económico. Ambos se consideran mercados en los que el resultado se determina a través de la interacción de personas que persiguen sus propios intereses individuales (entendidos con un criterio amplio) en vez de los objetivos sociales que los participantes juzgan ventajoso enunciar. (*Ibidem* : 10).

Però, què significa fer que el conjunt d'institucions i àmbits socials funcionin segons la lògica del mercat? Bàsicament, dues coses: partir únicament del subjecte particular (i de llur família) i mai de cap grup o col·lectiu, i estendre i estimular el principi de competència. Arreu i en tot moment. Un exemple, al qual aquest llibre dedica un capítol sencer, il·lustrarà aquesta tesi: Milton i Rose Friedman proposen seguir mantenint la gratuïtat i universalitat de l'educació

preuniversitària, però hi introdueixen un element cabdal: el xec escolar. Amb ell, cada família triaria on escolaritzar els seus fills. L'Estat assumiria íntegrament les despeses, però el finançament, o fins i tot l'existència, de cada centre docent dependria del nombre d'alumnes matriculats. El propòsit? Estimular la competència entre centres docents per tall d'atraure el major nombre possible d'alumnes i, per tant, obtenir més ingressos. Fixem-nos que el llibre no entra en absolut a detallar quins continguts curriculars cal implantar. No afirma que tot l'ensenyament s'ha de centrar en l'economia ni que cal descartar aquells continguts que no tinguin una sortida professional clara. Qualsevol àmbit del coneixement i qualsevol projecte educatiu és, d'entrada, igualment vàlid... a condició que atregui l'atenció de força progenitors, de manera que més alumnes s'hi matriculin. El punt clau, doncs, no és fer del guany monetari l'únic motor de la interacció social, sinó en fer que, sigui quin sigui aquest motor, funcioni sempre amb el mateix combustible: la competència entre individus, la lluita constant per a guanyar clients, maximitzar els resultats i minimitzar costos.

Arribats a aquest punt, entra en escena un altre element crucial en aquesta visió estrictament individual —o com a màxim familiar—: la noció de llibertat que traspua el llibre. Un visió que, per cert, ocupa un lloc central en la defensa del neoliberalisme econòmic i que no per casualitat apareix al mateix títol. Es tracta de la llibertat entesa com a possibilitat de triar entre diverses opcions. Com més nombroses siguin les opcions, i menys traves hi hagi per a decantar-se per alguna d'elles, major serà el grau de llibertat. I prou. No hi ha cap reflexió sobre els requisits reals, i no només nominal, que permetin dur a terme aquesta tria, ni cap al·lusió a les possibilitats d'autorealització<sup>156</sup>. Ni, per descomptat, cap referència a una hipotètica llibertat col·lectiva, ni en cap forma d'acció social que no radiqui en la mera suma de les persones que s'hi apunten.

I és justament aquest èmfasi en la rellevància de la llibertat (sempre individual) de triar allò que justifica l'extensió de la lògica del mercat i de la competència com a eix vertebrador. Per descomptat, el llibre és prolífic en argumentacions de caire econòmic, però això no és tot. Si el mercat és la institució ideal, si cal estendre el seu radi d'acció a les altres esferes i, molt singularment, a l'àmbit polític, és, també, perquè fent-ho així s'amplia l'abast de la llibertat individual. I a l'inrevés: més polítiques socials, més control de l'activitat econòmica no son tan sols disfuncionals, sinó que, a més, constitueixen un atemptat contra la llibertat humana. És també

---

<sup>156</sup> Semblantment amb el que succeeix amb Hayek (veure la nota corresponent), els paral·lelismes entre el concepte de "llibertat negativa" d'Isaiah Berlin (2014) i la noció de llibertat present en aquesta obra són notables, tot i que els Friedman no en fan esment. En tot cas, la diferència rau en el fet que Berlin accepta algunes limitacions a la llibertat negativa, sempre i quan se'n mantingui el nucli essencial —la possibilitat de triar feina, parella, lloc de residència i altres opcions vitals, així com valors, idees, etc.— i admet la seva compatibilitat amb un grau (sempre limitat) de polítiques del benestar i d'intervenció pública en la redistribució de rendes, mentre que els Friedman sostenen, de manera inequívoca, que tota acció o decisió governamental que limiti aquesta llibertat de tria competitiva entre opcions —com ara la creació d'un sistema públic de pensions i una seguretat social on tota persona laboralment activa hi hagi de cotitzar— constitueix un atac inadmissible a la llibertat.



des d'aquesta òptica —i no només des de la defensa d'un determinat model de política econòmica ni dels interessos pecuniaris de determinats sectors— que cal entendre la inequívoca lectura no tan sols ideològica, sinó també política, que els autors donen a aquest llibre.

I és també des d'aquesta òptica que cal entendre les mesures específiques de caire polític que proposen, totes elles de gran abast i que, per molt diversa que en sigui la casuística, tenen un denominador comú: erigir els principis de mercat i de la competència com a dinàmica de funcionament per sobre de la voluntat popular. Concretament, s'advoca per introduir, via esmenes constitucionals aprovades per referèndum, un conjunt de normes que limitin severament el grau d'intervenció de l'Estat en l'economia i en la societat, prohibint així d'entrada la introducció o ampliació de l'estat del benestar o de drets laborals i socials que incideixen en el mercat:

Necesitamos [...] un equivalente a la primera enmienda [la que garanteix la llibertat d'expressió] para limitar el poder del Estado en las áreas económica y social, una Declaración de Derechos que complemente y refuerce la Declaración inicial [es refereix, òbviament, a la Declaració que encapçala la Constitució dels Estats Units]. (*Ibidem* : 414).

Més encara: tot i que el llibre planteja que el capitalisme afavoreix la democràcia, el cert és que aquesta resta explícitament supeditada a les transaccions de mercat, que són absolutament prioritàries<sup>157</sup>. Cap govern triat democràticament no hauria de poder infringir o limitar la llibertat de mercat:

El derecho del pueblo a comprar y vender bienes y servicios legítimos en condiciones mutuamente acordadas, no será infringido por el Congreso o por cualquiera de los Estados. (*Ibidem* : 422).

La primacia que s'atorga a la llibertat entesa com la possibilitat de triar entre diverses opcions porta, a més, a justificar moralment el desmantellament del gruix de les polítiques i organismes propis de l'estat del benestar. Per descomptat, el llibre donar arguments per a intentar demostrar que son del tot contraproductius en termes econòmics, però no es tracta només d'això: també ho són en termes morals. Si el valor més preuat és el de la llibertat, i aquesta s'entén en termes d'elecció, qualsevol redistribució de la riquesa i qualsevol ajut públic entès com un dret resulta

---

<sup>157</sup> El fet que Milton Friedman col·laborés activament amb l'equip econòmic d'Augusto Pinochet al Xile dels anys 1970 queda fora de l'objecte d'estudi d'aquesta recerca. I, atès que allò que interessa aquí és la possible aportació de l'autor a l'imaginari social sobre el subjecte neoliberal, haurem de cenyir-nos a les seves declaracions, fins i tot encara que alguns fets contrastats puguin contradir-les. En qualsevol cas, el que sí hom pot deduir del seu propi argumentari és que allà on hi hagi un eventual xoc entre voluntat democràtica i llibertat per a dur a terme transaccions econòmiques, la primacia sempre l'ha de tenir aquesta darrera. I que, tal i com s'ha exposat uns paràgrafs abans, l'esfera política s'ha de concebre i aplicar seguint el model d'interacció propi del mercat. Per tant, la subordinació de la sobirania popular al capital no seria una conseqüència imprevista o no volguda de la seva teoria, ni tampoc un cas típic de diferència entre la teoria i la praxi, sinó quelcom que està profundament inserit dins la seva lògica discursiva.

perniciós per als individus a qui s'adreça perquè suprimeix l'altre terme de l'equació, a saber: la responsabilitat —que únicament pot ser individual— de les decisions que hom pren. Tal i com es planteja en aquesta obra, la llibertat ha d'implicar assumir plenament les conseqüències d'allò que hom escull, tant si són bones com si són dolentes, i qualsevol protecció contra aquestes darreres equival a distorsionar l'equació llibertat-responsabilitat-assumpció de conseqüències. D'on es desprèn que salut pública, habitatge, programes de benestar social o qualsevol altre intervenció equival a manllevar llibertat, poder de decisió i responsabilitat:

Todos estos programas colocan a algunas personas en la posición de decidir lo que es bueno para otros. Esto hace que un grupo de individuos adquiera una sensación de poder casi divino; otro, una dependencia casi infantil. La capacidad que tienen los beneficiarios de ser independientes y tomar sus propias decisiones, se atrofia si no se emplea. (*Ibidem* : 169-170).

Per tant, del que es tracta és, alhora, de redreçar l'activitat econòmica i de crear un nou model de societat i d'individu que prengui les interaccions de mercat com a model a seguir. No necessàriament en el sentit d'introduir constantment el càlcul pecuniari, sinó d'introduir la competència, l'elecció entre un ventall d'opcions de mercat i d'assumir, en exclusiva, les recompenses o les pèrdues ocasionades per cada elecció que hom fa. O, expressat en termes més precisos: no es tracta només, ni tan sols principalment, d'assegurar-se que el govern, les institucions i l'opinió pública afavoreixen les opcions de maximització de guanys dels inversors en un mercat desregulat, sinó de fer d'aquest darrer el model per a reconfigurar la societat i les persones de dalt a baix. Els elements del neoliberalisme com a nova governabilitat del subjecte i com a nova raó total son, aquí, força presents. Només queda, això sí, un esglaió: posar a funcionar tot el govern i totes les administracions públiques al servei d'aquest objectiu. En aquest punt, Milton Friedman encara es queda a mig camí: d'una banda, intenta que l'acció política segueixi el model del mercat i s'hi impregni; de l'altra, però, la seva desconfiança envers l'administració i la burocràcia el porten a defensar un govern mínim.

I, en tot aquest escenari, la propietat juga un paper molt important. D'una banda, si l'impuls que motiva a algú a actuar rau sempre en un mateix, en l'interès particular —fins i tot quan es tracta de dur a terme accions altruistes, el model que presenta el llibre rau en fer de l'individu el referent i la justificació últimes—, només allò que és propietat única i exclusiva d'algú serà conservat i aprofitat. Un exponent d'això el tindriem en els habitatges socials: segons els autors, en general presenten un estat lamentable. Per què? Perquè no son de titularitat privada i, per tant, ningú no té interès per a fer-ne un bon ús. I això és vàlid en qualsevol context polític i cultural:

Cuando todo el mundo posee algo, nadie lo posee, y nadie tiene especial interés en conservar o mejorar su condición. Este es el motivo por el cual los edificios en la Unión Soviética

—al igual que las viviendas públicas en los Estados Unidos— parecen decrepitos un año o dos después de su construcción. (*Ibidem* : 43-44).

Però la cosa no acaba aquí: la propietat privada, en estimular l'individu a fer un ús curós d'allò que posseeix, estimula i enforteix el seu sentit de la responsabilitat. El fa més adult, més íntegre, més consegüent, més lliure. Estendre el capitalisme i, més concretament, augmentar el poder dels accionistes i esperonar tothom a adquirir béns, terres i accions, equival a contribuir a fer una societat i uns individus millors.

### **El càlcul de costos i beneficis com a paradigma total: Gary Becker**

Un dels deixebles més destacats de Milton Friedman fou Gary Becker (1930-2014). Autor d'una extensa bibliografia, el 1992 fa ser guardonat amb el Premi Nobel d'Economia. Tanmateix, el motiu que l'ha portat a ser famós, i el motiu pel qual és pertinent analitzar les seves idees en el marc d'aquesta recerca, és que ha intentat aplicar els mètodes, els instruments i, sobretot, els principis teòrics i conceptuals de la ciència econòmica en la seva versió més neoliberal al conjunt del comportament humà. De la delinqüència als estudis sobre la família, de l'educació a la discriminació racial, passant per la immigració, el consum de drogues o la demografia, el ventall de facetes del comportament humà que estudià fou molt extens i variat. Sempre, però, amb un rerefons conceptual i epistemològic comú: la racionalitat humana i el càlcul de costos i guanys son la clau de volta que explica el gruix del comportament humà, de l'acció social.

La seva tesi central és que els éssers humans som, bàsicament, racionals. Tant, que fins i tot aquells àmbits en què les decisions es prenen, aparentment, en base a altres factors, com ara el matrimoni, el nombre de fills que hom vol tenir, les discriminacions per gènere o ètnia, o la decisió de delinquir o no delinquir, obeeixen, en realitat, a càlculs racionals. Més concretament, a càlculs de costos i beneficis. Sovint no els argumentem; a vegades els camuflem apel·lant a principis i ideals; en d'altres ocasions, sembla que ens deixem portar per l'instint; en alguns casos, ni tan sols en som conscients, però la veritat és que les nostres decisions i els nostres actes obeeixen, gairebé sempre, a un motiu. I, a partir d'ell, valorem pros i contres, sospesem els possibles avantatges i inconvenients de cada opció, i ens decantem per aquella que, al nostre parer, permet arribar al millor resultat possible amb el mínim cost.

Per copsar plenament la lògica, l'abast i les implicacions d'aquest enfocament, resulta útil analitzar, ni que sigui molt breument, alguns àmbits que Becker investigà abundantment. Comencem pel crim. Habitualment, se l'ha vist o bé com el resultat de determinades patologies genètiques i/o psicològiques de determinats individus o col·lectius, o bé com l'exponent —extrem, però no

per això menys significatiu— de determinades problemàtiques socials i/ culturals. En aquest escenari, Becker irromp amb un plantejament aleshores trencador (anys 70 del segle passat). Concretament, veu en el delinqüent un agent plenament racional<sup>158</sup> que calcula amb cura els costos —és a dir, les possibles sancions a què haurà de fer front en cas de ser identificat, com ara les multes o la presó— i els beneficis que preveu extreure'n. Així, la probabilitat de cometre un delicte (Gary Becker, 1974 : 5-8) és inversament proporcional a la grandària de la pena prevista (i a la probabilitat de ser identificat i capturat) i directament proporcional a la quantia dels guanys a obtenir. D'on es desprèn que és possible reduir els nivells de delinqüència i criminalitat. A condició, però, que l'Estat adopti les mesures necessàries per a augmentar el cost de delinquir... i que ho aconsegueixi emprant els mínims mitjans possibles. Per exemple, reduint el pes de les penes de presó i augmentant la quantia i efectivitat de les sancions econòmiques.

El mateix passa amb la família i la gestió domèstica. La llar és com una fàbrica<sup>159</sup>, on els agents —és a dir, els membres de la unitat familiar— fan ús de les matèries primeres, el treball i els utensilis i dependències de l'immoble —els béns de capital— per tal d'alimentar, netejar, procrear i satisfer les necessitats dels seus membre. Tot això, procurant obtenir els millors resultats possibles amb els mínims costos: temps, quantitat necessària de treball, despeses, etc<sup>160</sup>. Semblantment, el nombre de fills que hom decideix tenir s'explica, principalment, pel cost, mesurat en termes de temps, esforços i diners, i els beneficis, com ara l'ajut econòmic i personal que es calcula que oferiran als seus progenitors quan aquests siguin grans i necessitin cura i ajut.

Amb tot, la seva principal aportació és la teoria sobre el capital humà. Becker (1983)<sup>161</sup> l'entén com el conjunt de les capacitats productives i professionals que l'individu adquireix mitjançant l'acumulació de coneixements generals o específics. I aquí, un cop més, hi troba plenament vàlid el seu model d'individu que en tot i per tot calcula costos i beneficis. Car, al capdavall, la formació suposa un cost econòmic, un cost en temps i un cost d'oportunitat —el temps que hom passa

---

<sup>158</sup> Tant és així, que Becker considera que les eines metodològiques de l'economia basades en la premissa de l'anàlisi cost-beneficis son plenament i íntegrament aplicables: "A person commits an offense if the expected utility to him exceeds the utility he could get by using his time and other resources at other activities. Some persons become "criminals," therefore, not because their basic motivation differs from that of other persons, but because their benefits and costs differ. I cannot pause to discuss the many general implications of this approach, except to remark that criminal behaviour becomes part of a much more general theory and does not require ad hoc concepts of differential association, anomie [...]" (Gary Becker. *Essays in the Economic of Crime and Punishment*, 1974 : 9).

<sup>159</sup> Vegeu: Gary S. Becker (1965). "A Theory of Allocation of Time". *The economic journal*, 75, (299 : 493-517).

<sup>160</sup> Així, afirma que "Dentro de la familia hay relaciones entre maridos y esposas, padres, hijos y abuelos que se aparecen a aquellas que existen en una fábrica. Ellos interactúan de muchas maneras, resuelven muchos problemas económicos, la crianza de los niños es un problema económico, por ejemplo. Por otro lado, los padres cuidan a sus hijos; luego, con el tiempo, los niños los cuidarán a ellos cuando estén viejos o enfermos. Todas éstas son partes importantes en nuestro mundo social. Así, la familia representa un rol social y económico muy importante". (Gary Becker. *Tratado sobre la familia*. Madrid: Alianza, 1987 : 15).

<sup>161</sup> El capital humano: un anàlisi teòric i empíric referido fundamentalmente a la educación. Madrid: Alianza, 1983. L'original en anglès, titulat *Human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education*, fou publicat l'any 1964 a Chicago per la Chicago University Press.

estudiant és un temps que no pot dedicar a l'activitat laboral, amb la pèrdua d'ingressos que això suposa— però que queda compensat per l'expectativa d'aconseguir una millor promoció professional i un augment potencial d'ingressos (i de prestigi) gràcies a aquesta formació. Possibilitat d'ascens professional i de renda, en efecte, car una millor formació es tradueix en un increment substancial de la productivitat.

Vist sota la perspectiva actual, parlar de “capital humà” sembla gairebé una obvial. Tanmateix, no ho era en absolut als ans 60 del passat segle. El seu èmfasi en el paper de la formació a l'hora d'augmentar la productivitat dels individus, les empreses i els països fou innovador, però encara ho fou més enfocar la formació com un “capital”. Un tema, aquest darrer, que ens interessa especialment, perquè és justament aquí on trobem una baula —una baula essencial— entre la visió convencional de l'*homo oeconomicus* i la de l'emprenedor. D'una banda, en la teoria de Becker l'individu és algú que, en tot i per a tot, calcula costos i beneficis en funció de les seves prioritats. Fins aquí, no hi ha gaires novetats, més enllà dels sofisticats models matemàtics que Becker utilitza. Però el que ja resulta més innovador és concebre els coneixements i aptituds individuals no com un actiu en forma de renda potencial, de sou futur —recordem ara la part històrica d'aquesta recerca: el cos, els atributs i els coneixements passen a ser, a partir de la irrupció del capitalisme i de l'auge dels postulats de Locke i Hume, entre d'altres, com quelcom que hom posa al mercat a canvi d'un preu, en forma de salari— sinó com una renda de capital. L'individu —qualsevol individu, assalariats inclosos— passa a ser, en essència, un capitalista. I, com a tal, ha d'estar amatent a maximitzar els guanys a obtenir amb el seu capital. Un capital que, en darrer terme, és ell o ella mateix/a. Certament, la perspectiva teòrica de Becker encara és ben lluny del model de l'emprenedor, però les seves aportacions, i en especial la seva concepció de l'educació com un capital, han representat una passa fonamental en aquesta direcció.

I la cosa no acaba aquí. Una lectura més atenta dels seus textos revela que el seu model no equival a un economicisme vulgar, a un mer intent d'afirmar que el gruix de les nostres decisions resta supeditat a imperatius de caire econòmic, sinó que estem davant quelcom més complex. En efecte, l'economicisme convencional parteix de la premissa que l'acció humana obeeix a diversos motius, que deriven en lògiques diverses, però que n'hi ha un, i només un, que predomina clarament sobre els altres: el neguit per acumular diners, tants diners com sigui possible. En contraposició, l'enfocament de Becker, coincident amb el de de Hayek i Friedman, afirma que bona part dels mòbils humans no són de caire crematístic, no tenen per finalitat maximitzar guanys i minimitzar pèrdues monetàries. El que succeeix és que en tots ells —ja sigui la cerca de parella, l'obtenció de drogues, les amistats que escollim, la pel·lícula que triem veure o qualsevol altre fita— apliquem la mateixa lògica, els mateixos principis, que duem a terme en l'àmbit estrictament econòmic. Es tracta, doncs, d'estudiar la conducta humana com un procés de presa de decisions en condicions d'informació imperfecta, on cadascú intenta maximitzar els resultats i

minimitzar els costos havent d'actuar en un marc d'incertesa<sup>162</sup>. I, atès que tothom actua mogut per la mateixa lògica, el resultat inevitable és la competència constant, reiterada, omnipresent. Per tant, estem davant la conversió de l'economia en la seva versió neoliberal en una "raó total" (Christian Laval i Pierre Dardot, 2013), és a dir, en el model que aspira a explicar la conducta humana en tots els àmbits; més ben dit, en el metarrelat que esdevé la condició de possibilitat per a explicar qualsevol tria, qualsevol acció. No perquè ho redueixi tot a la cerca de diners, sinó perquè converteix els models de comportament propis del mercat en la pauta a seguir arreu i en tot moment, sigui el que sigui allò que ens proposem obtenir.

### **Racionalitat neoliberal i individualisme: algunes conclusions**

De la mà d'un seguit d'analistes rellevant, però també amb l'ajut d'alguns dels textos més fonamentals, i més populars, dels tres principals artífexs del neoliberalisme, hem anat bastint un model teòric sobre aquest corrent. Un model sobre el neoliberalisme que difereix considerablement de la interpretació dominant i que posa un especial èmfasi en el paper absolutament cabdal que hi té la construcció del subjecte, la creació d'un determinat model del jo com a aspiració suprema. Veiem-ne, de manera esquemàtica, els trets més rellevants:

- Contràriament al liberalisme clàssic, el neoliberalisme no es conforma amb aconseguir que l'Estat i les administracions públiques garanteixin l'autonomia del mercat, entès com un àmbit on una pluralitat de persones, grups i empreses intercanvien béns i serveis segons els seus interessos i necessitats i d'acord amb les lleis de l'oferta i la demanda, sinó que propugna la creació de nous mercats en àmbits on aquests no existien. Més concretament, pretén que el conjunt dels serveis públics (escola, sanitat, serveis socials...) i les institucions de l'Estat funcionin segons la lògica dels mercats.
- Per tant, el neoliberalisme assumeix que els mercats no són un fenomen natural que cal preservar, sinó una construcció artificial, un producte d'unes determinades decisions polítiques, socials i culturals que malden per impulsar i estendre els mercats. O, més directament, per crear-los allà on mai havien existit.

---

<sup>162</sup> Aquest enfocament gaudeix d'una incidència creixent, tant en àmbits acadèmics com a nivell popular. Dos exemples, entre molts d'altres possibles, els tindriem en *Freakonomics: A Rogue Economist Explores the Hidden Side of Everything* (2005), d'Steven Levitt, traduït al castellà per Ediciones B l'any 2006 sota el títol *Freakonomics*, on es pretén demostrar que el càlcul de costos i beneficis en entorns d'informació imperfecte i d'incertesa forma part de les decisions quotidianes de qualsevol persona, fins i tot en els àmbits més aparentment allunyats de l'economia, o *The Undercover economist* (2005), traduït al castellà l'any 2008 sota el títol *El economista camuflado: la economía de las pequeñas cosas*, de Tim Harford, que parteix dels mateixos supòsits i que, a més, a la tercera part del llibre fa una defensa inequívoca de la propietat privada i una crítica als impostos elevats i a la regulació de l'activitat econòmica per part dels poders públics.

- I l'eix vertebrador d'aquesta lògica, l'element aglutinant, és el principi de competència. Persones, col·lectius i entitats han de competir entre ells de manera constant i reiterada per tal d'aconseguir els recursos necessaris per a l'assoliment de les seves fites.
- Aquest procés de creació i expansió dels mercats competitius al conjunt de la societat s'acompanya d'una campanya sistemàtica per a garantir l'hegemonia intel·lectual del neoliberalisme
- Tanmateix, no es tracta només, ni tan sols principalment, de garantir el seu predomini en l'esfera intel·lectual i ideològica. Allò a què aspira el neoliberalisme —i que, en molt bona part, ha aconseguit— és a convertir-se en una mena de “raó total” capaç de dictaminar què és la realitat —tota la realitat, no només l'econòmica—, com són les coses i, per tant, què és el que cal fer. És, doncs, una raó descriptiva i normativa alhora.
- Però, per sobre de tot, aspira a ser el “sentit comú” que ho impregna tot: un seguit d'idees, però també de percepcions, de pràctiques, de rutines, de manera de comportar-se, que abasten la totalitat de la vida individual i col·lectiva. S'afirma, doncs, no com una mera teoria, no com un conjunt d'idees i preceptes que emanen d'alguna institució i que és difós pels mitjans de comunicació, sinó també, i sobretot, com una realitat quotidiana, com quelcom que pren cos en les decisions i els actes que hom adopta dia a dia. Són aquestes pràctiques allò que li dona l'aparença de sentit comú, de quelcom obvi, natural, evident, inqüestionable.
- I aquest nou “sentit comú”, aquesta “raó total” que pretén abastar tots els àmbits, genera noves subjectivitats. Unes noves subjectivitats que tenen en la figura de l'emprenedor el seu eix vertebrador i, alhora, el model a imitar.
- L'emprenedor és, d'entrada, algú que ha interioritzat la competitivitat inherent a la lògica dels mercats ultracompetitius. L'ha feta seva i l'ha incorporat en cada decisió que pren, en cada moment, en cada context.
- Aquest individu competitiu calcula pros i contres abans de prendre qualsevol decisió. Per descomptat, ho fa en l'àmbit econòmic, però també en els altres aspectes de la vida quotidiana.
- Fins aquí, es tracta d'elements ja presents a l'homo oeconomicus clàssic; en tot cas, l'emprenedor sembla ser-ne una mera actualització, una exacerbació.
- Tanmateix, hi ha diferències notables. La primera d'elles és que l'emprenedor actual és algú que malda per ser diferent, original. Lluny de cercar l'estàndard, la norma; lluny de

disciplinar el cos i la ment amb un seguit de rutines, pautes i criteris, vol expressar i donar a conèixer la seva petjada única, personal, intransferible.

- En segon lloc, l'emprenedor no es limita a acceptar la realitat donada, a triar les millors eines per a assolir unes fites que li venen imposades, sinó que aspira a establir-les ell mateix. No en té prou amb adaptar-se a les condicions existents i competir per triomfar-hi, sinó que vol modificar-les, transformar-les, configurar-les.
- Però allò que aspira a transformar per damunt de tot és a ell/a mateix/a. Conscient que si vol deixar la seva petjada única i a incidir en la realitat primer ha de donar el millor de si, l'emprenedor és algú que es compromet de manera absoluta amb un procés de millora i transformació personal. A cada moment, en cada circumstància, davant qualsevol repte.
- En tant que subjecte compromès amb el canvi i la millora personal continuades i que bolca tots els seus coneixements i atributs en excel·lir en la cursa competitiva constant que estableix en tot i contra tots, l'emprenedor concep el seu cos, els seus coneixements, habilitats i trets —i, de fet, el conjunt del seu jo, la totalitat de la seva persona— com un capital. Més concretament, com el capital més valuós, el més important perquè és la condició de possibilitat de l'acumulació de qualsevol altre capital.
- Per tant, mai es percebrà a si mateix com un assalariat, com un treballador a compte d'altri, sinó com algú que posa el seu capital —és a dir, el seu jo— al mercat, del qual n'obté uns rèdits, unes “rendes de capital” que poden ser pecuniàries, però també de qualsevol altre mena: prestigi, reconeixement, èxit professional, fama, salut, etc.
- En conseqüència, l'emprenedor, entès com la quintaessència del jo neoliberal, no necessita ser controlat, vigilat, acotat i normalitzat per cap institució o instància externa. Ell és el vigilant més estricte i el supervisor més exigent. Una vigilància i supervisió que, a més, no tenen un objectiu fix, una meta estable, sinó que canvien a cada moment, en cada circumstància. El procés de millora personal no té, no pot tenir, aturador.

D'altra banda, hem pogut constatar que les respectives obres fonamentals de Hayek, Friedman i Becker, aquelles que han gaudit de més popularitat i, per tant, han exercit una major influència sobre la construcció de l'imaginari actual sobre l'individu i sobre la importància que hi juga la propietat privada, són congruents amb aquest esquema, avalen les tesis de Michel Foucault, Wendy Brown, Gonçal Mayos, Christian Laval i Pierre Dardot, entre d'altres, que veuen en el neoliberalisme no la defensa d'un mer retorn un “govern mínim” que no interfereixi en els mercats, sinó l'aposta per fer-ne de l'Estat un potent catalitzador. Igualment corroboren que aspira a ser una cosmovisió total, una aposta per fer hegemònica una determinada ontologia de



la realitat. I del jo: el neoliberalisme pretén *generar* noves pautes de comportament, noves realitats socials, noves praxis, nous rols i, sobretot, *crear* subjectivitats, és a dir, modelar un nou tipus de subjecte que es percep i es valora a si mateix tot seguint el patró empresarial en la seva versió més dinàmica i innovadora que es basa en la competència incessant. En tot moment i en tots els àmbits, tant si hom cerca objectius crematístics com si el seu mòbil no és econòmic. Altrament dit, el subjecte neoliberal és algú que es comporta amb els altres —des dels companys de feina als coneguts, veïns i amics— i fins i tot amb si mateix d'una manera molt semblant, per no dir idèntica, a com ho fa en l'àmbit empresarial: competitivitat a ultrança, càlcul constant de costos i guanys, optimització dels beneficis —econòmics i financers, per descomptat, però també en termes psicològics, socials i ètics— i, sobretot, adaptació al canvi —o, millor: avançar—s'hi—, flexibilitat, esperit “emprenedor”.

El seu referent màxim i, alhora, la seva condició de possibilitat és la llibertat de triar entre les opcions que li brinda el mercat. I és precisament des d'aquesta ontologia que podem copsar millor l'abast i la raó de ser dels poders públics abans al·ludida: estendre el radi d'acció dels mercats, i en fer de la competitivitat i la recerca de la màxima eficiència i eficàcia el principi rector de bàsic de la societat, de totes les persones. Fins i tot, en Friedman ja s'hi perfila, encara que de manera incompleta i parcial, un altre tret bàsic del neoliberalisme que sovint passa desapercbut: l'aplicació de la lògica competitiva al si de les institucions i les dinàmiques del sector públic.

## CONSUM I INDIVIDU COM A EMPRENEDOR

Tal i com s'ha pogut copsar en el decurs dels apartats precedents, l'emprenedor, en tant que mirall, model i catalitzador de noves pautes de subjectivitat, es veu impel·lit a percebre's i a actuar, en tot moment i circumstància, com algú que, a diferència de l'*homo oeconomicus* clàssic, ja no es limita a aplicar arreu i a tothora el càlcul de guanys i pèrdues, sinó que, a més, ha d'innovar constantment, tot canviant allò que calgui per a afrontar amb èxit els nous reptes i les noves circumstàncies. Però, molt especialment, allò que procura canviar és el seu capital més valuós: el propi jo, el seu cos, coneixements, aptituds, habilitats, rols i pautes de comportament.

Ara bé, si el neoliberalisme es caracteritza per tenir una aspiració totalitzadora, si pretén abastar tots els aspectes de la vida individual i col·lectiva, resulta evident que caldrà analitzar no només els trets econòmics i laborals bàsics de l'entorn actual, sinó també diversos àmbits socials i culturals. En aquest sentit, resulta especialment útil començar per un tret que ha adquirit una especial rellevància en el decurs de les darreres dècades: el consum; més ben dit, l'anomenada "societat de consum".

D'entrada, una societat de consum és aquella en què el principal catalitzar de l'activitat productiva i, per tant, l'eix al voltant del qual giren quasi totes les polítiques econòmiques, és l'estímul del consum de tota classe de béns i serveis. Com més i més variats, millor. Comprar més, gastar més, desfer-nos d'allò vell (o, simplement, d'allò que "ja no està de moda") i abraçar les darreres tendències esdevenen una mena de segona naturalesa, quelcom que impregna les nostres decisions, però també la manera que tenim de percebre la realitat i el lloc que hi podem ocupar.

Però, què és allò que, avui, consumim de manera preferent? Per descomptat, consumim tota mena de d'objectes, mercaderies físiques, però també, i de manera creixent, consumim intangibles: viatges, sessions de *coaching*, sèries en *streaming*, vídeos d'*influencers* a Youtube... En definitiva, tot allò que, suposadament, pot proporcionar noves "experiències i "sensacions". Fins i tot la venda dels béns tangibles passa no tant pels seus trets objectius, pel seu valor d'ús, sinó pel valor de canvi que li atorguem, un valor que ve donat per un conjunt de signes. I és que, tal i com ja analitzà Baudrillard l'any 1970 al seu llibre *La Sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*<sup>163</sup>, la societat de consum significa fer un pas més enllà en la contraposició marxista entre el valor de canvi i valor d'ús de les mercaderies: a partir de la segona meitat del segle XX el valor de l'objecte en tant que signe s'imposa sobre qualsevol consideració de caire utilitària. Tot reprenent la tesi de Veblen<sup>164</sup> sobre el valor simbòlic que la possessió de determinats objectes té

---

<sup>163</sup> Hi ha traducció castellana: *La Sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI, 2009.

<sup>164</sup> Veeu: Thorstein Veblen. *Teoría de la clase ociosa*. Madrid: Alianza, 2004.

per a calcular la posició del seu propietari en l'escala social, Baudrillard sosté que el valor del bé de consum ve donat no pas per la seva utilitat intrínseca, ni tampoc pel seu valor de canvi entre una pluralitat d'agents calculadors —d'individus que busquen maximitzar guanys i minimitzar pèrdues— sinó pel significat que li atorguem dins el marc d'un complex sistema de codis lingüístics i culturals. Així, quan algú consumeix un objecte donat no està satisfent una necessitat, sinó emprant signes codificats socialment. O, per a expressar-ho amb més propietat, està sent usat per aquests darrers, quedant així immers en un complex sistema de codis. No és que optem per consumir tal o qual producte o servei i després decidim quin signe li volem donar, sinó que consumim en funció del valor simbòlic d'aital producte o servei dins el sistema de codis i signes que el nostre entorn cultural —i, per tant, també nosaltres mateixos—accepta implícitament com a vàlid, tot i no ser-ne conscients.

Un bon exponent de com aquest tret, que en principi és inherent a la modernitat i al capitalisme, està prenent cada cop més rellevància el tenim amb el fenomen de les marques<sup>165</sup>. A mesura que la globalització i les noves tecnologies permeten externalitzar més i més les cadenes de producció i de valor, el gruix de la plusvàlua l'obté no el fabricant, no el propietari de les fàbriques, tallers i maquinària necessària per a produir-los, sinó el propietari legal de la marca, del logo. Una bona marca esdevé sinònim d'un seguit de valors preuats —esportivitat, actitud positiva davant els reptes, joventut, autenticitat, elegància, etc.— que ho manifesta en els trets tangibles del bé o servei que s'ofereix, no es redueix a aquests: en constitueix l'essència i, com a tal, admet diverses manifestacions, diversos suports i formes. I són aquests valors, reconeguts a través d'un sistema socialment codificats de signes, allò que, molt sovint, explica la proliferació de les franquícies —és a dir, en pagar una quantitat determinada de diners i sotmetre's a uns paràmetres i criteris a canvi de poder vendre els productes i serveis englobats dins una marca—, i, és clar, allò que justifica cobrar uns preus molt superiors al d'altres béns i serveis de característiques i costos semblants però que no pertanyen a la marca i, per tant, no en comparteixen els valors, l'essència.

Prenent com a base aquest enfocament de la societat de consum, podem entendre el neoliberalisme com aquella fase del capitalisme en què les dinàmiques d'acumulació de capital ja no se sustenten tant en la producció de mercaderies com en la producció, venda i intercanvi de signes immaterials:

El capitalismo avanzado [...] solo puede seguir su imparable acumulación yendo más allá del mundo de objetos e intercambiando signos materiales, intangibles, financieros, tematizables, marcas y otros simulacros. (Gonçal Mayos. *¿Cómo la globalización y el*

---

<sup>165</sup> Sobre el significat i la lògica de funcionament de les marques en el capitalisme actual, vegeu: Naomi Klein. *No logo: el poder de las marcas*. Barcelona: Paidós, 2011.

*neoliberalismo nos están cambiando?* [text encara sense publicar en el moment de redactar aquesta recerca], 2019 : 16].

Consumim, doncs, bàsicament signes. Uns signes que tenen un significat codificat culturalment i que, avui més que mai, adquireixen llur atractiu no tant per motius racionals, sinó pel gaudi sensorial i emocional que poden proporcionar. És l'expectativa de gratificació emocional —viure noves “experiències”, noves “sensacions”, nous “plaers” allò que pot menar a consumir molt més enllà d'allò útil, o fins i tot molt més enllà del que el prestigi i l'estatus social poden aconsellar. Heus aquí el motiu pel qual l'ús del factor emocional esdevingui la clau per a augmentar els nivells de consum —i, per tant els nivells d'acumulació de capital— molt més enllà dels límits de la mera compra de béns. Com afirma Byung—Chul Han:

El capitalismo de consumo introduce emociones para estimular la compra y generar necesidades [...]. En última instancia, hoy no consumimos cosas, sino emociones. Las cosas no se pueden consumir infinitamente; las emociones, en cambio, sí. (Byung—Chul Han. *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*, 2014 : 72).

L'auge del factor emocional i irreflexiu a l'hora de donar un nou impuls al consum incideix directament en la relació entre individu i societat i, més específicament, en els mecanismes de preservació de l'ordre social i simbòlic: el pas d'una societat regida pel principi de realitat<sup>166</sup>, és a dir, per la subordinació dels impulsos, desitjos i emocions a la disciplina corporal i mental pròpia del procés clàssic de formació del capitalisme clàssic —amb la fàbrica com a exponent cabdal— i de les institucions disciplinàries<sup>167</sup> de l'Estat, a una altra on els impulsos, desitjos i emocions no tan sols deixen de ser reprimits sinó que, ben al contrari, són fomentats i estimulats. Seguir de manera irreflexiva els seus dictats —allò que Freud batejà com el “principi de plaer”<sup>168</sup> ja no és entès com una conducta disfuncional, perniciosa i improductiva, sinó que esdevé el catalitzador principal de l'activitat econòmica:

La historia del consumismo es la historia de la ruptura y el descarte de los sucesivos obstáculos “sólidos” que limitan el libre curso de la fantasía y reducen el principio del placer al tamaño impuesto por el “principio de realidad”. [...] El anhelo es ese reemplazo indispensable:

---

<sup>166</sup> Hem tingut ocasió d'analitzar-ne el significat i l'abast al capítol dedicat a Freud .Per a una anàlisi més exhaustiva del significat i les implicacions d'aquest concepte, vegeu: Sigmunt Freud. *El malestar en la civilització*. Girona: Accent, 2008; i, també, del mateix autor: *Los textos fundamentales del psicoanálisis*. Barcelona: Altaya, 1993.

<sup>167</sup> El terme fa referència, òbviament, a la teoria de Michel Foucault exposada a *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión* (2005). Tal i com s'ha analitzat en aquesta recerca, la gènesi de l'individu modern és inseparable de l'aparició i proliferació d'un conjunt de tècniques i institucions —amb la presó com a paradigma màxim, però també la fàbrica, l'escola o la caserna militar— encarregades de *disciplinar* els cossos, és a dir, d'imposar normes, criteris i estàndards per regular la vida i fins i tot les aspiracions personals, tot adaptant-les a la *norma*, a allò que el poder espera d'ells. Un enfocament molt adient per a entendre la modernitat clàssica, però que, a la llum dels canvis actuals, molt probablement ha perdut vigència, tal i com el mateix autor va teoritzar cap al fina de la seva vida.

<sup>168</sup> *Ibidem* nota 164

completa la liberación del principio del placer, eliminando y desechando los últimos residuos de los impedimentos del principio de realidad. (Zygmunt Bauman, *Vida de consumo*, 2007: 98).

Amb tot, ni l'apel·lació a comprar més béns tangibles i, sobretot, intangibles i a substituir tot allò que (amb prou feines) és vell per les darreres novetats, ni el seu corol·lari lògic —a saber: la substitució del “principi de realitat” pel “principi de plaer”—, no esgoten el significat i l'abast del consumisme. De fet, si ens cenyim a això, passem per alt el més rellevant. I és que una societat de consum també suposa:

Refundar las relaciones interhumanas a imagen y semejanza de las relaciones que se establecen entre consumidores y objetos de consumo. (Zygmunt Bauman, 2007 : 24).

En efecte, segons Zygmunt Bauman una societat de consum és aquella en què el gruix de les relacions socials que establim —a la feina, amb les amistats, amb veïns, etc.— segueix les mateixes pautes que fem a l'hora de consumir objectes. L'imperatiu de la immediatesa, la capacitat per a satisfer els nostres anhels o per calmar, ni que sigui momentàniament, les nostres temences són el criteri que, d'una manera tant més decisiva com més tàcita i implícita sigui, fem a l'hora de relacionar-nos amb els altres.

Aquesta afirmació pot semblar agosarada, fins i tot poc fonamentada. Tanmateix, s'entén molt millor si tenim en compte un element cabdal en la teoria de Zygmunt Bauman sobre el consum: la posició socioeconòmica, l'estatus i la consideració social ja no despenen només, ni tan sols principalment, de la posició que hom ocupi en l'àmbit productiu, sinó de la capacitat de consum:

Poseer y exhibir en público artículos con la etiqueta y el logo correctos comprados en el establecimiento correcto es principalmente una manera de obtener y conservar el nivel social [...]. El nivel social no significa nada a menos que sea reconocido socialmente, es decir, a menos que la persona en cuestión reciba la aprobación del tipo adecuado de “sociedad” (cada categoría de nivel social tiene sus propios códigos, leyes y juegos) [...]. Etiquetas, logos y marcas son los términos del lenguaje del reconocimiento. (Zygmunt Bauman, 2009: 23).

En conseqüència, avui, la pobresa i la marginació signifiquen, per sobre de tot, ser considerats pels altres i pel conjunt de la societat com a “consumidors fallits”, com a individus que no tan sols són incapaços d'adquirir béns i serveis, sinó que, en un món on les relacions socials segueixen el patró del consum, resten *invisibles*, és a dir, no atrauen l'atenció de ningú.

Amb tot, entendre la societat de consum com aquella que fonamenta les relacions socials a imatge i semblança de la relació que establim amb els béns de consum va més enllà de factors lligats amb la classe social, l'estatus socioeconòmic o, fins i tot, amb el reconeixement. De fet,

comporta introduir un darrer aspecte, possiblement el més cabdal en la noció de consum de Zygmunt Bauman: la desaparició de la divisió, d'inequívokes ressonàncies cartesianes, entre l'objecte a consumir i el subjecte que consumeix es difumina, s'esvaeix. No consumim únicament béns i serveis, ni tan sols signes, sinó que també *ens* consumim els uns als altres i *a* nosaltres mateixos. Ens relacionem amb els altres i amb nosaltres mateixos seguint els mateixos patrons i la mateixa lògica que apliquem per al consum de mercaderies i serveis: desitgem explorar la novetat que suposa una nova amistat, els consells d'un manual d'autoajuda que ens faciliti descobrir què volem ser en aquesta vida i com aconseguir-ho, o sadollar-nos amb les experiències i emocions que ens pugui aportar una nova parella amb la mateixa avidesa amb què comprem béns de consum. I, com a corol·lari lògic, ens cansem d'ells i els reemplacem amb la mateixa fal·lera. En paraules de Bauman:

La característica más prominente de la sociedad de consumidores —por cuidadosamente que haya sido escondida o encubierta— es su capacidad de transformar los consumidores en productos consumibles (...). En la sociedad de consumidores nadie puede convertirse en sujeto sin convertirse antes en producto” (Zygmunt Bauman, 2007: 25-26).

I és que el subjecte que consumeix és, també i sobre tot, un objecte de consum... per als altres i per a si mateix. Vèiem fa un moment que el consum esdevé la font principal de realització personal, de reconeixement social i d'estatus. Resulta, però, que per tal de poder esdevenir consumidors —fita que equival a ser percebuts com algú amb entitat pròpia— hem de ser capaços de vendre'ns com un bon producte de mercat. A la feina, per descomptat, però també fora d'ella: a l'espai públic, a les xarxes socials i fins i tot a la nostra llar.

Convertir-se un mateix en un objecte de consum equival, en efecte, a desplegar un seguit d'estratègies i d'accions orientades a difondre una imatge atractiva del jo. Una imatge que ho ha d'abastar tot, des d'allò més públic fins allò més privat. La privacitat esdevé, doncs, contraproductiu i és substituïda per l'"extimitat"<sup>169</sup>, per mostrar, arreu i a tothora, la intimitat, i de fer-ho de la manera que sembli més genuïna, més sincera, fins i tot amb

Una sinceridad desvergonzada y directa al mostrar en público las experiencias más privadas y las aventuras más íntimas. Hablando sin piedad, una falta evidente de inhibición al ponerse uno mismo (o al menos algunas partes o aspectos de uno mismo) en el mercado. (Zygmunt Bauman. *El arte de la vida. De la vida como obra de arte*, 2009 : 90).

---

<sup>169</sup> El concepte d'extimitat ja ha estat analitzat als apartats "El neoliberalisme entès com una cosmovisió global. Gonçal Mayos" i a "De la biopolítica a la psicopolítica: la perspectiva de Byung-Chul Han". La diferència és que en els dos casos precedents l'èmfasi es posa en la vessant emprenedora, en la necessitat de mostrar constantment la (millor) imatge d'un mateix per tal de bastir una bona marca personal; la perspectiva de Bauman que estem analitzant aquí, se centra en l'àmbit del consum. En qualsevol cas, i atesa la conceptualització que aquí estem fent d'aquest fenomen, considerem que ambdues perspectives són complementàries.

Ara bé, entendre el consum com una perspectiva vital que suposa consumir-nos el uns als altres i a nosaltres mateixos necessàriament implica un replantejament de la noció de la racionalitat neoliberal entesa com un projecte que pivota sobre l'extensió de la racionalitat econòmica a totes les facetes de l'individu.

Un replantejament que, tanmateix, no suposa pas negar-lo, ni tan sols limitar-ne la importància i l'abast. La lògica econòmica i empresarial es fa, efectivament, extensible a tothom i arreu, però no necessàriament en el sentit descrit per Pierre Dardot i Christian Laval. I és que no es tracta tant d'aplicar el càlcul constant de costos i beneficis i la competitivitat extrema a la vida social i personal, sinó més aviat de conjuminar-los amb el principi de plaer —els anhels, impulsos, fantasies i desitjos— per tal d'entrar en la lògica consumista; per tal, en definitiva, de poder consumir i esdevenir, al mateix temps, objecte de consum; per tal de saber com acumular prou *likes*, visites a les xarxes socials, contactes i relacions socials com per a ser una persona rellevant i triomfar tant en l'àmbit professional com en el social i en el personal.

Recapitem: si l'eix central del subjecte neoliberal i, alhora, allò que el diferencia substancialment de l'*homo oeconomicus* clàssic, és el fet d'actuar, i fins i tot de concebre's a si mateix, com un emprenedor, com algú que està en permanent procés de transformació; com un agent actiu que no es conforma amb cercar nous mitjans per a assolir les seves fites sinó que, sobretot, vol ser ell qui estableixi noves fites i nous valors; i com algú que, per a dur a terme aquestes fites recorre a l'autoavaluació contant i la recerca obsessiva de la renovació i millora del seu jo, l'anàlisi de la naturalesa i l'abast del fenomen consumista en les societats actuals aporta una perspectiva complementària: la combinació del "principi de realitat" amb "principi de plaer" com a impuls bàsic d'aquest nou emprenedor. Lluny de ser merament algú que, una vegada i una altra, calcula amb cura costos i beneficis amb vistes a obtenir-ne uns guanys, una utilitat, és algú que fa aitals càlculs mogut per la passió, les emocions, els desitjos (i les temences) per a consumir tota mena de béns i serveis, reconvertits, ara, en "experiències". Amb tot, el consumidor és perfectament conscient que l'accés a l'univers de gratificacions consumistes té un peatge ineludible: esdevenir, ell mateix, objecte de consum, esdevenir una marca personal rellevant i exitosa. I això implica tornar al "principi de realitat", al control i la vigilància metòdica exercida sobre si mateix. No per compte d'altri, no obeint instruccions alienes, sinó per pròpia decisió.

Amb un afegit d'importància no menor: el fet que el consum esdevingui, en l'actualitat, un conjunt de signes codificats socialment (Baudrillard) fa possible que l'èxit passi per uns patrons de consum que siguin reconeguts i valorats positivament pels altres, en tant que signes d'haver reeixit. D'haver reeixit en l'àmbit professional i monetari, per descomptat, però no només: també en totes i cadascuna de les facetes de la nostra existència.

## Consum, gust i estatus

Hem acabat les reflexions precedents sobre la importància del consum en la configuració del subjecte neoliberal al·ludint al fet que, més enllà de la gratificació que pugui atorgar, la seva importància ve donada perquè constitueix una poderosa carta de presentació, un conjunt estructurat i coherent de signes —coherència que, lògicament, queda circumscrita a uns determinats cercles socials i a uns determinats referents culturals— que permet identificar les preferències, la identitat, les estratègies de presentació del jo i, sobretot, el grau d'èxit social. El consum de determinats productes, serveis i estils de vida és, avui, l'eina per excel·lència per a poder sobresortir i aconseguir reconeixement i estatus. De fet, n'és una condició bàsica de possibilitat. I, en la línia del que ja hem vist sobre la perspectiva de Zygmunt Bauman sobre el consum, sense que l'individu reeixi com a “objecte de consum”, sense saber presentar-se com algú interessant, desitjable, resta condemnat a la irrellevància social i, per tant, a l'exclusió de les promeses de la societat de consum.

Per tant, arribats a aquest punt del discurs teòric caldrà tenir en compte un factor que fins ara únicament ha aparegut de manera tangencial: la classe i l'estatus social. En el decurs de les pàgines precedents s'ha analitzat el paper que pot jugar la propietat privada dins el marc de l'estructura econòmica capitalista, els fonaments bàsics del neoliberalisme i la seva lògica de funcionament, els hàbits de consum i la seva relació amb la reivindicació del “principi de plaer” freudià. Tanmateix, el punt de partença i el focus s'ha posat sobre el conjunt de la població. En aquest punt de la recerca, però, ha arribat el moment d'incloure-hi l'estratificació social. Al capdavall, les pautes de consum no són ni han estat mai homogènies en termes socials, sinó que són ben diverses. Una diversificació que no és en absolut aliena a la classe social i a l'estatus.

Inquirir sobre el significat i abast precisos d'ambdós termes queda fora de l'abast d'aquesta recerca. Per als nostres objectius, n'hi haurà prou amb assenyalar que la classe social ve marcada o bé pel nivell d'ingressos, que és l'opció preferida pel gruix dels estudis de mercat i en moltes recerques sociològiques<sup>170</sup>, o bé, des d'una òptica marxista, per la relació amb la propietat dels mitjans de producció, d'on sorgirien les dues grans classes socials en el capitalisme: la burgesia<sup>171</sup>, en tant que propietària, i el proletariat, en tant que grup que no n'és propietari i que per tant ha

---

<sup>170</sup> El gruix d'estudis sobre estratificació i classes socials acaba decantant-se, en efecte, pel nivell de renda (a vegades, afegint-hi la categoria i àmbit laboral o el nivell d'estudis) com a indicatiu bàsic de la pertinença a una determinada classe social. Vegeu, a tall d'exemple: CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas). *Estudio 2634: clases sociales y estructura social*. Recurs en línia, consultable a: [http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2620\\_2639/2634/Es2634\\_enlace\\_Esp.html](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2620_2639/2634/Es2634_enlace_Esp.html) [darrera consulta: 03/09/2020].

<sup>171</sup> Òbviament, aquest és l'esquema simplificat. Els estudis d'arrel marxista diferencien entre la petita burgesia, propietària de petits negocis, els professionals liberals i quadres directius, que no són estrictament parlant propietaris de cap mitjà de producció però que, per llurs coneixements i influència, ocupen una posició relativament benestant i, per tant, solen identificar-se amb els interessos de la burgesia, i la gran burgesia, que posseeix capital en quantitats considerables i, per tant, és, o pot ser, propietària de diversos actius valuosos.



de vendre la seva força de treball a canvi d'un sou. En canvi, la noció d'estatus, tal i com l'establí Max Weber<sup>172</sup> parteix del supòsit que la posició d'un individu o d'un grup dins l'escala social no ve marcada només pel nivell d'ingressos, ni per la posició en relació amb la propietat o no dels mitjans de producció, sinó que també es compon d'altres elements de reconeixement social; en particular, el nivell educatiu i cultural, el barri o lloc de residència i el tipus de vincles socials —amistats, pertinença a determinats clubs esportius, lúdics o culturals, etc.— que hom manté.

Doncs bé, prenent elements tant de la teoria marxista com de la weberiana, Pierre Bourdieu postula que la ubicació dels individus i dels grups en l'escala socioeconòmica depèn del nivell dels tres tipus de "capital" que posseeixin: el capital econòmic —ingressos, patrimoni, rendes de capital, etc.—, el capital social, és a dir, la quantitat, varietat i "qualitat" (val a dir, posició alta o baixa dins l'estructura socioeconòmica) de les coneixences i contactes, i el capital cultural o simbòlic, entès com els coneixements, el domini d'un lèxic una capacitat d'expressió considerades "pertinents" i el grau de "refinament" dels hàbits culturals<sup>173</sup>. Dit en altres termes: el nivell d'ingressos no és l'únic factor a tenir en compte en la ubicació de cadascú dins l'estructura social, sinó que els factors socials i culturals hi tenen una notable rellevància. Així, pot succeir que algú que gaudeixi d'un nivell de renda considerable —posem, per cas, un encofrador expert, capaç de cobrar uns honoraris considerables però amb un nivell d'estudis primari i un lèxic i nivell cultural considerats "baixos" per la societat on viu, gaudeixi d'un prestigi, d'un reconeixement —d'un estatus, en definitiva—, inferior a una persona amb menor nivell d'ingressos però amb estudis superiors i que, posem per cas, vagi sovint al teatre, als museus, l'òpera, etc.

Per copsar l'abast i el sentit d'aquest enfocament, cal partir del fet que les societats capitalistes avançades presenten una significativa contradicció estructural. D'una banda, un dels principis ideològics més potents i més eficaços com a element legitimador és el principi d'igualtat d'oportunitats, en virtut del qual en una societat democràtica les lleis i les normes són iguals per a tothom, d'on es derivaria que el grau d'èxit de cadascú depèn del seu talent, aptituds, esforç, constància i, tal vegada, una mica de sort. D'altra banda, a la pràctica hi ha un seguit de mecanismes i pràctiques socials que afavoreixen un grau notable de reproducció social (Pierre Bourdieu, 2001), entesa com la transmissió de la posició socioeconòmica dels progenitors als seus descendents. En bona part, el procediment a través del qual s'obté aquest propòsit és obvi: l'herència o donació en vida de rendes, patrimoni o accions. Tanmateix, això no és tot. Hi ha altres mecanismes, més subtils i indirectes però no per això menys eficaços, en virtut dels quals els sectors dominants barren el pas a persones i col·lectius aliens i, de pas, s'asseguren que només els

---

<sup>172</sup> Vegeu el seu llibre *Economía y sociedad*. México: FCE, 2014.

<sup>173</sup> Per a una anàlisi més detallada dels tipus de "capital" i, més en general, de la perspectiva de Pierre Bourdieu sobre l'estratificació social, vegeu el seu llibre *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Desclée de Brouwer, 2001.

seus descendents o, a tot estirar, els seus familiars i amics més íntims ocupin els llocs més rellevants.

És justament en aquest punt on la tercera modalitat de capital, és a dir, el capital simbòlic, juga un paper determinant. Aquesta modalitat, que tal i com acabem de veure inclou coneixements culturals, nivell formatiu i domini del lèxic culte, però també d'altres que no hem esmentat abans, com ara les preferències estètiques, els coneixements culinaris, el grau de destresa en les pautes de comportament social, els protocols i l'etiqueta, serveix com a signe identificador del grau de distinció social. Veiem amb una mica més de detall què significa, què implica i com funciona.

Tal i com les investigacions sociològiques posen de relleu, els hàbits de consum, les pautes culturals o els gustos estètics i culinaris, entre d'altres elements claus del capital cultural i simbòlic de cadascú, es configuren a partir d'un seguit de pràctiques, rutines i hàbits, d'estils de vida (Pierre Bourdieu, 2012 : 477) que depenen de la classe social i que, de fet, varien segons el grup social a què hom pertany. El tipus d'escola —i el barri on està ubicada—, les amistats que hom forja des de ben petit, els veïns que coneix, els vincles que estableix amb professionals i companys de feina, els clubs i associacions a què hom pertany són, entre d'altres àmbits, espais socials on l'individu adquireix i fa seus un seguit de pautes de comportament i de consum cultural, lúdic i artístic<sup>174</sup>. I és també en aquests espais —tots ells estan estretament vinculats amb la classe social; més concretament, amb el tipus de capital cultural i simbòlic dels progenitors— on l'individu aprèn a desenvolupar el seu “gust”, és a dir, a distingir aquells costums, pautes i hàbits considerats òptims, adients i pertinents, d'aquells que no ho són; d'aquells que, ben al contrari, denoten “mal gust”, “vulgaritat”.

El gust, que es forma des de la infantesa arran del seguit d'hàbits i pautes dels grups i institucions que envolten l'individu i als quals, progressivament, s'hi va incorporant, constitueix un codi cultural, un conjunt codificat de signes que serveixen a mode de presentació del jo davant la societat, a mode d'elements que permeten que els altres es facin una idea de com és la persona i que la valorin. I, com que són les classes dominants les que, d'una banda, tenen els mecanismes per a establir què és bon gust i què no, mentre que, d'altra banda, són les que disposen dels mitjans i les relacions socials adients per a que els seus descendents l'adquireixin i el facin seu des de ben petits, al capdavant succeeix que hi ha una estreta i significativa correlació entre classe social i bon gust. El resultat de tot plegat és que qualsevol persona pot identificar amb relativa

---

<sup>174</sup> És el que Pierre Bourdieu anomena “habitus”, que és “a la vez el principio generador de prácticas objetivamente enclasables y el sistema de enclasmiento de estas prácticas”. (Pierre Bourdieu. *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 2012, p. 169).

facilitat el lloc que cadascú ocupa dins l'escala social a partir de l'observació del seu bon (o mal) gust.

Tanmateix, la funció social del gust no acaba aquí. A les societats burgeses modernes, hom suposa que el gust constitueix l'emanació de la personalitat de cadascú, dels seus trets més genuïns i arrelats, d'allò que en realitat és. Els mecanismes de reproducció del capital simbòlic i cultural romanen, sovint, ocults, de tal manera que, si d'una banda n'hi ha prou amb observar com vesteix algú, què cuina i com ho cuina o quina música li agrada per a que hom li assigni ràpidament un lloc en l'escala social, d'altra banda, hom tendeix a creure que aquest lloc el té per mèrit (o demèrit) propi. Ras i curt: el gust funciona com a mecanisme de diferenciació social — com a eina per a identificar clarament qui pertany a un grup d'estatus i qui no—, com un element bàsic de reproducció de les desigualtats —en tant en quant el capital cultura i simbòlic que n'és la base es transmet de generació en generació, contribuint així de manera decisiva a que la posició social de cadascú depengui, en molt bona mesura, de la de la seva família d'origen—, i com un factor de legitimació de les desigualtats estructurals perquè hom atribueix el gust a les capacitats i la determinació individuals, mentre que els mecanismes de reproducció abans esmentats solen romandre amagats.

Tanmateix, des de l'època en què Bourdieu<sup>175</sup> va tractar aquests temes fins ara hi ha hagut canvis notables. D'una banda, les desigualtats socioeconòmiques<sup>176</sup> han augmentat de manera continuada; d'altra banda, però, els hàbits, pautes culturals i de consum s'han diversificat i, sovint, barrejat, fusionat i alternat (David Harvey, 2012). El resultat és que els codis del bon gust i la distinció s'han tornat molt més complexos, ambigus i multiformes, alhora que mantenen plenament llur paper com a identificador i reproductor de les desigualtats.

Tornant al tema que ens ocupa, si una de les manifestacions principals, i més visibles socialment, del gust és el consum —la roba que hom vesteix, els restaurants que freqüenta, els llibres que llegeix, les sèries de televisió que veu, els llocs on passa les vacances, etc.—, i si els codis culturals són ara més heterogenis, més canviants i més difícils d'identificar amb claredat, l'individu actual, seduït i impel·lit alhora per a esdevenir un emprenedor de si mateix, una persona dinàmica, creativa, original i activa, haurà de triar amb cura els seus hàbits de consum i, més concretament, allò que compra, allò que lloga, comparteix o intercanvia, per tal que esdevinguin signes escaients de la imatge que vol donar als altres, del seu bon gust. I, és clar, de la seva (merescuda) pertinença a un grup d'estatus distingit, elevat.

---

<sup>175</sup> La seva obra cabdal, *La distinción: critique social du jugement* (traduïda al castellà, com hem vist, amb el títol *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*) fou publicada originàriament l'any 1979.

<sup>176</sup> Una anàlisi profunda i exhaustiva de les desigualtats i de llur evolució el trobem en el llibre de l'economista Thomas Piketty titulat *El peso de la desigualdad* (Madrid: Tres Cantos, 2018).

I a l'inrevés: les persones que, pel seu origen socioeconòmic, tenen un capital cultural i simbòlic més baix i, en conseqüència, no han desenvolupat un "bon gust", tendiran a consumir productes més estandarditzats i de de gama baixa. Entenent per gama baixa no només les més barates sinó també les menys preuades socialment, les menys prestigiades. Cosa que serveix per a perpetuar la seva condició desavantatjosa i, de pas, a legitimar-la, tot atribuint-la a la manca de talent, capacitats o voluntat personals.

## MODERNITAT LÍQUIDA, SOCIETAT DEL RISC I RENEGOCIACIÓ DE ROLS

Amb l'anàlisi de la naturalesa i l'abast de la fase neoliberal de capitalisme actual, complementat amb l'estudi sobre què cal entendre realment per "consum" en els nostres dies, quins fenòmens o aspectes inclou i quines implicacions té a nivell individual i social, tenim ja força elements per a entendre la dimensió bàsica del neoliberalisme que ens ocupa, a saber: el fet que suposa i duu a terme una "tecnologia de poder" que té com a principi rector «generalitzar la forma econòmica de mercat dins el conjunt de les relacions socials, provocant així una "economització" de la totalitat del cos social<sup>177</sup>». Una tecnologia de poder que no requereix de gaire vigilància i control extern, ja que som, principalment, nosaltres mateixos els qui hi participem de manera voluntària, decidida i fins i tot desitjada. En part, empesos per la necessitat d'esdevenir "emprenedors", empresaris de nosaltres mateixos, sempre i tothora, per a no quedar econòmicament i socialment exclòs; en part, empesos per la necessitat de mostrar, a través del consum reiterat, però alhora canviant i renovat, signes que permetin un reconeixement social del nostre grau d'èxit; i en part, també, empesos pel desig, per la passió, per l'anhel, per l'impuls (aparentment) espontani i genuí.

Tanmateix, els motius pels quals és justament a partir de finals dels anys 70 quan ens veiem impel·lits a actuar així no acaben d'estar prou clars. Certament, la crisi del model d'acumulació fordista i keynesià pot estar al darrera de l'èxit del neoliberalisme a nivell de teoria econòmica, mentre que l'auge del consumisme a partir dels anys 60 del segle passat pot aportar elements per a entendre aquest procés. Amb tot, ens manquen elements per a copsar el perquè d'aquest nou model de governança, cosa que equival a dir que manquen, també, elements per a entendre'l correctament.

Per tant, necessitem un marc conceptual addicional, capaç de proporcionar-nos claus explicatives més amples. I aquest marc, més global i interdisciplinari, està relacionat amb la crisi del model clàssic de modernitat. Aquí no entrarem a analitzar-ne els postulats teòrics, ni tampoc entrarem en les controvèrsies que hi pugui haver al darrera de denominacions com "postmodernitat", "modernitat tardana", "segona modernitat", "modernitat líquida" o "hipermodernitat", però sí que centrarem l'atenció en aquells aspectes que incideixen més en la visió de l'individu en l'actualitat. Ho farem començant amb l'autor que potser més intenta relacionar les transformacions actuals del capitalisme amb la crisi de la modernitat: David Harvey

---

<sup>177</sup> Foucault, Michel (2009). *Nacimiento de la biopolítica: curso del collège de France*. Madrid: Akal, p. 277-280.

## Acceleració temporal, fragmentació i capitalisme actual

Generalizar la forma económica de mercado [...] dentro del cuerpo o el tejido social [generando así] una economización de la totalidad del cuerpo social. (Michel Foucault (2009). *Nacimiento de la biopolítica: curso del collège de France*. Madrid, 2009 : 277-280). Si reprenem breument el fil de la perspectiva teòrica de David Harvey, a partir dels anys 70 del segle XX el model d'acumulació capitalista de caire fordista i keynesià entra en una crisi profunda, d'on acaba emergent un nou model, molt més competitiu, flexible, menys centrat en la producció física que en la informació i en serveis intangibles, marcat per una forta acceleració dels ritmes de producció i consum —i, per tant, d'una obsolescència molt més ràpida de tota mena de béns i serveis—, i molt condicionat per l'auge del capitalisme financer.

Doncs bé, segons Harvey existeix un nexa profund entre aquests canvis i els que experimenten els individus i els grups a nivell cultural:

Si vemos la cultura como un conjunto de signos y significaciones (incluyendo el lenguaje) que se origina en los códigos de transmisión de los valores y significados sociales, podemos esbozar al menos la tarea de analizar sus complejidades en las condiciones presentes [...]. En la medida en que el dinero y las mercancías están totalmente ligadas a la acumulación del capital, esas formas culturales arraigan en el proceso de acumulación de capital. (David Harvey. *La condición de la postmodernidad: investigaciones sobre los orígenes del cambio cultural*, 2012 : 331).

Les vies a través de les quals els canvis en el model d'acumulació capitalista incideixen sobre la societat i la cultura són diversos, però n'hi ha algunes que, per llur impacte i rellevància, paga la pena tenir ben presents:

D'entrada, l'acceleració en els rimes productius i la seva creixent segmentació, o fins i tot personalització, comporta una creixent fragmentació dels referents culturals i de la manera en què són transmesos. I això contribueix a trencar els nexes temporals i a generar la sensació de fragmentació, de dispersió; tant, que la noció de progrés inherent a la modernitat entra en crisi:

La experiencia cambiante del tiempo y el espacio sustenta, en alguna mediad, el vuelco impulsivo hacia prácticas culturales y discursos filosóficos posmodernistas. (David Harvey, 2012 : 222).

I, davant uns marcs temporals i espacials cada cop més fracturats, la cerca d'elements que singularitzin l'individu, que li atorguin una identitat i una visibilitat esdevé una necessitat molt peremptòria. Una necessitat que lliga directament amb un altre tret del capitalisme actual: el pas d'acumulació centrat en la producció de béns físics a un altre centrat en els "signes", en imatges i

sistemes de signes codificats culturalment<sup>178</sup>. Evolució de la lògica capitalista i necessitat de reconeixement es conjuminen per consumir signes diferenciadors, tant en l'àmbit laboral com en les altres esferes existencials:

La imagen sirve para instaurar una identidad en el mercado [...]. La adquisición de una imagen (por la compra de un sistema de signos, como el diseñador de ropa y auto adecuado) es un elemento de singular importancia en la presentación de la persona en los mercados laborales y, por extensión, constituye un componente integral en la búsqueda de la identidad individual, autoafirmación y sentido. (David Harvey, 2012 : 319).

L'acceleració del temps —produïda, o si més no afavorida per l'acceleració en els ritmes de producció i d'obsolescència— i la proliferació del consum de signes diferenciadors es tradueixen en vivències múltiples, fragmentades. I, per tant, en identitats no menys múltiples i fragmentades. D'aquí vindria l'origen d'un dels trets que suposadament diferencien la modernitat de la postmodernitat: la crisi de la creença en l'existència d'individus entesos com ens autònoms, racionals, que cerquen de manera conscient i tenaç les seves metes.

Tanmateix, aquesta fragmentació i precarietat gairebé existencials, aquesta multiplicació de signes i d'opcions, engendren, al mateix temps, el fenomen contrari: la recerca angoixada d'una identitat, personal o col·lectiva, clarament inequívoca, clarament definida:

En este collage de imágenes espaciales superpuestas que hacen implosión sobre nosotros, la identidad de lugar se convierte en un tema importante porque cada persona ocupa un lugar de individualización (un cuerpo, una habitación, una casa, una comunidad que la configura, una nación), la forma en que nos individualizamos configura la identidad. (David Harvey, 2012 : 374).

Ara bé, la inequívoca rellevància dels canvis en l'acceleració del temps, la fragmentació dels referents culturals o de la mateixa identitat no ens han de fer oblidar, segons Harvey, que llur explicació rau, en darrer terme, en les dinàmiques capitalistes actuals, les quals, malgrat presentar els elements innovadors ja exposats, provenen i arrenquen de la mateixa lògica: la lògica inherent al capitalisme, que no és cap altra que l'acumulació del capital, per molt que variï la forma d'aconseguir-ho. Interrelació entre economia i cultura (amb un pes més gran a la primera, en concordança amb la perspectiva marxista de l'autor) i canvi dins la continuïtat del sistema capitalista es conjuminen per arribar a la seva tesi principal: l'anomenada postmodernitat no suposa un trencament amb la modernitat. Entre ambdues hi ha, certament, alguns canvis remarcables, però també hi ha un fil conductor, un nexa, una continuïtat:

---

<sup>178</sup> Aquest element prové, evidentment, de Baudrillard, a qui David Harvey esmenta en reiterades ocasions. Sobre aquest tema, vegeu el capítol dedicat a l'anàlisi del consum.

Mi conclusión es que hay más continuidad que diferencia entre la vasta historia del modernismo y el movimiento llamado posmodernismo. Me parece más sensato considerar que este último es una especie de crisis particular dentro del primero, que pone en primer plano el aspecto fragmentario, efímero y caótico de la fórmula. (David Harvey, 2012 : 137).

### **Modernitat líquida i individualització**

David Harvey proporciona elements per a relacionar alguns dels trets culturals actuals més rellevants, com ara la crisi de la noció de progrés, la fragmentació de discursos, la crisi del model d'individu com un ésser autònom o l'acceleració del temps amb les vicissituds del capitalisme actual. Tanmateix, per als objectius d'aquesta recerca convé disposar d'un marc teòric que, més enllà dels aspectes econòmics, forneixi d'una explicació més omnicomprendiva de la naturalesa i l'abast dels canvis socials i culturals i que, sense negligir els elements de continuïtat amb la modernitat, posi el focus en allò que diferencia els temps actuals dels de fa tan sols unes poques dècades.

Quin pot ser, aquest marc? Al llarg d'aquest capítol, intentarem veure com i perquè la noció de "modernitat líquida", teoritzada per Zygmunt Bauman i seguida per un gran nombre de sociòlegs i analistes, pot ser-ne l'eix vertebrador.

Segons Bauman, la fase "líquida" de la modernitat és aquella en què els rols, pautes, hàbits i models de conducta estan sotmesos a un canvi constant. Lluny de cristal·litzar de manera perdurable, són constantment reemplaçats per altres pautes, hàbits, pautes i models, en un procés que no coneix aturador i que no obeeix a cap direcció o propòsit adient. Emprant la seva metàfora, tot allò que donàvem per sòlid, per inqüestionable i fins i tot inevitable canvia, es modifica i pren noves direccions, en un procés de perpetua adaptació a un entorn sempre canviant. És a dir, esdevé "líquid".

Però per a entendre millor el significat i l'abast d'aquesta transformació, convé fer una breu digressió. En concret, cal copsar, ni que sigui molt breument, el significat de la modernitat segons Bauman, per passar tot seguit a veure què té de diferent, de distintiva, la fase líquida en què ens trobem.

La modernidad empieza cuando el espacio y el tiempo se separan de la práctica vital y entre sí [...], cuando dejan de ser —como solían serlo en los tiempos premodernos— aspectos entrelazados y apenas discernibles de la experiencia en vida, unidos por una relación de correspondencia estable y aparentemente invulnerable (Zygmunt Bauman. *Modernidad líquida*, 2007: 15)



Altrament dit, les institucions i les pautes pròpies d'un entorn cultural i d'una època determinada, així com els lligams de fidelitat amb el clan, la família o l'estament, deixen de ser quelcom vist com a immutable, com una dada inqüestionable, com un element que s'inscriu dins un ordre còsmic, per no dir diví, inamovible<sup>179</sup> i, per tant, inqüestionable, per passar a ser el resultat d'un projecte, d'unes idees establertes segons un pla racional que poc, o res, té a veure amb les tradicions i trets específics del col·lectiu a què hom pertany. La idea de canvi i, més concretament, d'un canvi planificat i volgut, fruit d'un procés d'autodeterminació individual i col·lectiu, esdevé, doncs, consubstancial a la modernitat, tant en la fase precedent, "sòlida", com en la fase "líquida" actual. Tanmateix, a partir d'aquest tronc comú hi ha tres elements clau que les separen:

- El col·lapse de la il·lusió moderna d'un *telos*, d'un propòsit, d'un fil conductor que atorgui una coherència i un "per a què" als diversos canvis endegats. Altrament dit: en la fase "sòlida", els canvis tenien un destí final —passar d'una societat agrícola i rural a una industrial i urbana; d'una societat estamental a una basada en la igualtat formal entre individus; d'obeir l'església i el senyor feudal a obeir l'Estat-nació; de subordinar l'acció individual i col·lectiva als dictats de la tradició i el costum a vincular-la la raó instrumental. En canvi en la fase "líquida" no hi ha, ni hi pot haver, un punt final; ans al contrari, el procés de canvi és continu i no mena vers cap destí concret. Només una dada roman: el canvi i, per tant l'imperatiu absolut d'adaptar-s'hi ràpidament.
- En la fase "sòlida", la dissolució dels vincles que supeditaven el subjecte a l'estament, la família extensa o el gremi es veuen reemplaçats per nous vincles que, bo i atorgant un grau d'autonomia personal significativament superior, lliguen l'individu amb la família (bàsicament nuclear), la classe social, el gènere i la nació. Lligams reforçats, a més, per sindicats, partits polítics o associacions i entitats diverses de la "societat civil", que han complert una funció socialitzadora clau. Ara, però, els rols, les pautes, el tarannà o la mateixa existència d'aquestes entitats es veuen sotmeses a un procés de transformació constant; s'han de "reinventar" i cal negociar-ne contínuament els seus trets i les seves dinàmiques de funcionament.
- Per últim, l'establiment de les noves pautes i la identificació de les noves fites passa de ser una tasca col·lectiva que interpel·la el conjunt de la nació a ser el resultat de la llibertat — però també de la responsabilitat— de l'individu. Desapareix l'aspiració a un futur millor on els resultats siguin compartits i l'únic que queda és una apel·lació a l'esforç individual per a treure profit personal de tot el ventall de possibilitats que obren els nous canvis.

---

<sup>179</sup> Anthony Giddens coincideix plenament en aquesta interpretació sobre el significat profund de la modernitat a nivell sociològic. Vegeu, per a més informació, el seu llibre *Consecuencias de la modernidad* (Madrid: Alianza, 1999).

En el marc d'aquests canvis estructurals, assistim a un nou procés d'individualització en què, a diferència del període històric que hem analitzat a la primera part d'aquesta recerca —el que abasta del segle XVII al XIX—, la identitat humana passa de ser el resultat d'un projecte personal que, un cop decidit, hauria d'abastar tota la vida, a ser quelcom en perpetu canvi. Amb l'afegit que l'èxit o el fracàs d'aquest procés d'adaptació passa a ser responsabilitat exclusiva de cadascú. Cosa que equival a afirmar que l'Estat, els poders públics i la societat en el seu conjunt es desentenen de la sort o dissort individuals:

La individualización consiste en transformar la identidad humana de algo dado en una tarea, y en hacer responsables a los actores de la realización de esta tarea y de las consecuencias (así como de los efectos colaterales) de su desempeño. (Zygmunt Bauman, 2007: 46).

Analitzem aquests dos trets amb una mica més de detall: d'una banda, mai com ara hem tingut al nostre abast un ventall de possibilitats d'elecció —a la feina, en el lleure, en l'orientació sexual, les relacions socials que establím i, en definitiva, en tots els àmbits— tan extens i tan variat. Això sí, amb el matís que aquestes possibilitats d'elecció tenen, gairebé sempre, data de caducitat. La vida esdevé a ser una successió constant de nous projectes que, tot just endegats, queden obsolets i han de ser substituïts per altres de més nous. El canvi constant de rols, pautes i formes de vida també comporta, i de manera inexorable, la seva obsolescència tan bon punt són reemplaçats per una nova pauta. Per tant, tant a la feina com en la vida privada, la flexibilitat, la creativitat i la improvisació, i no pas el seguiment d'unes pautes preestablertes, és allò que hom valora i espera de nosaltres cada cop que endeguem un nou projecte. No fer-ho, és a dir, aferrar-se a algun patró, a alguna pauta, a algun valor, equival a ser percebut i valorat com algú «resistent al canvi» i, per tant, del tot irrellevant.

D'altra banda, aquests nous projectes cada cop venen menys definits pel nostre entorn social i cultural. Això no vol dir que la classe social, el gènere, el nivell d'estudis o el barri on hom viu siguin irrellevants, però sí que pressuposa i implica que les opcions, ara, són sempre múltiples, canviant i de perfils poc precisos. Res no ve donat de manera unívoca i irreversible, sinó que la vida esdevé una cursa constant on els camins i les mateixes regles del joc són múltiples i canviant. Per tant, les possibilitats constants d'elecció —o, per ser més precisos, l'imperatiu a triar constantment— són responsabilitat exclusiva de l'individu. Ni la família, ni la classe social, els veïns, amics, coneguts, ni encara menys la societat en el seu conjunt, poden ajudar significativament en la tria ni, sobretot, en els resultats, en les conseqüències.

La conseqüència de tot plegat és una separació radical entre allò que potencialment som capaços d'assolir i les eines reals de què disposem per a sotmetre-ho al nostre control:

Un abismo que se abre entre el derecho a la autoafirmación y la capacidad de controlar los mecanismos sociales que la hacen viable o inviable parece alzarse como la mayor contradicción de la modernidad fluida —una brecha que por ensayo/error, reflexión crítica y abierta experimentación debemos aprender a enfrentar (Zygmunt Bauman, 2007: 60).

Tanmateix, per a copsar millor les implicacions d'aquest últim punt, caldrà analitzar i entendre —tal i com el mateix Zygmunt Bauman explicita reiteradament al llarg de la seva obra— el marc conceptual de la “societat del risc” establerta per Ulrich Beck.

### **Procés d'individualització i societat del risc: Ulrich Beck**

Segons Ulrich Beck, actualment estem assistint a una nova fase de la modernitat que pivota, essencialment, sobre un renovat procés d'individualització. Un cop més, i tal i com ja analitzava Norbert Elias a *El proceso de la civilización: investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas* (1988), són justament els canvis estructurals, ja siguin de caire geopolític, econòmic o cultural, els que estan al darrera d'un procés d'individualització (vegeu la introducció), el qual, al seu torn, actua de catalitzador d'aquests canvis. Tanmateix, i tal i com Ulrich Beck exposa a *La Sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad* (2006), hi ha un seguit de trets específics de la fase actual de modernització que, sumats, configuren un escenari qualitativament diferent:

- La classe social, l'estatus, els lligams de veïnatge i, en general, el conjunt de les grups socials a estan perdent rellevància, tant a l'hora de definir el sentiment de pertinença com els hàbits, costums i pautes socials i culturals de l'individu
- Els rols ja no estan predeterminats per l'Estat, l'església, el sindicat o la societat en general; ja no venen donats d'antuvi, sinó que es construeixen intersubjectivament i, a més, es renegocien contínuament.
- Dels dos trets precedents es desprèn no pas la desaparició de rols, pautes i normes —ans al contrari: assistim a una gran proliferació de criteris, estàndards i directrius de tota mena— sinó un canvi de la seva naturalesa: ja no emanen de l'Estat, la societat o els grups socials, sinó que han de ser generats pels mateixos individus i importats a les seves biografies en funció de les seves tries personals. I de fer-ho, a més, en un context d'incertesa<sup>180</sup>.

---

<sup>180</sup> Aquesta tesi és, en termes generals, coincident amb la que formula Anthony Giddens a *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea* (Barcelona: Península, 2000), on compara la fase actual de la modernitat amb una màquina desbocada cada cop més poderosa i que només pot ser governada i controlada pels éssers humans fins a cert punt. En part, doncs, escapa a tot control i genera una incertesa estructural que, semblantment al que afirma Ulrich Beck, augmenta, en comptes de disminuir, amb l'avanç de la globalització.

Aquests elements, i molt en especial el darrer, són rellevants perquè forneixen la base per a entendre que, contràriament al paradigma neoliberal —així com als retrets que sovint fan molts del seus retractors—, el procés actual d'individualització no significa la dissolució dels vincles socials, ni es tradueix en un individu egoista desproveït de qualsevol referent ètic o social, sinó que significa:

Una compulsión, aunque paradójica, a crear y modelar no solo la propia biografía, sino también los lazos y redes que la rodean, y a hacerlo entre preferencias cambiantes y en las sucesivas fases de la vida mientras nos vamos adaptando de manera interminable a las condiciones del mercado laboral, al sistema educativo, al Estado del bienestar, etc. (Ulrich Beck i Elisabeth Beck-Gernsheim, *La individualización: el individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*, 2016: 42).

Per emprar, un cop més, els propis termes d'Ulrich Beck (2006), les biografies personals ja no són el resultat de forces o pressions socials, sinó que passen a ser biografies de l'estil "faci-ho vostè mateix/a". Amb un afegit important, però: a diferència dels mobles tipus Ikea, no hi ha enlloc un manual d'instruccions que ens digui com hem d'acoblar les múltiples, variades i heterogènies peces de què es compon la nostra canviant biografia personal.

Fins i tot el cos el cos físic, fins fa poc exponent d'allò més "natural", "donat" i aliè a la voluntat de l'individu, esdevé, avui, quelcom a remodelar i tractar amb cura; quelcom que mirem i auscultem a la recerca constant de possibles defectes i de possibles (i sempre precaris i nous) models en què emmirallar-nos<sup>181</sup>; quelcom que cal (re)construir en un entorn de canvi i d'incertesa.

Així doncs, la feina, el lloc de residència la vida, el gènere, la identitat, la religió, la parella i els vincles socials passen a ser el resultat d'una tria personal (Ulrich Beck i Elisabeth Beck-Gernsheim, 2016: 44). I, en absència d'unes pautes clares que ens permetin triar, d'entre un ventall d'opcions en perpetu canvi i constant creixement, les que ens semblen més adients, les possibilitats de fracàs augmenten. Una por al fracàs que, en un entorn marcat per les privatitzacions, la desregulació del treball i la crisi de l'estat del benestar, però també pels múltiples i imprevisibles efectes dels

---

<sup>181</sup> En aquest sentit, el "culte" actual al cos, la proliferació de tècniques, exercicis i pràctiques per remodelar-lo no obeeix només a un simple narcisisme, sinó a la necessitat d'auscultar-se constantment i de definir la identitat personal davant l'allau creixent i en constant canvi d'estils de vida, formes d'alimentar-se i de fer exercici. Anthony Giddens coincideix plenament amb aquest plantejament quan afirma que "El cuerpo es cada vez menos un "dato" extrínseco que funciona fuera de los sistemas internamente referenciales y se ve activado también él de manera refleja. Lo que podría parecer un movimiento general hacia el cultivo narcisista de la apariencia personal es, de hecho, expresión de un interés mucho más profundo por "construir" y modelar el cuerpo. Hay aquí una relación plena entre desarrollo corporal y estilo de vida [...]. El cuerpo se ha convertido en expresión de elecciones y opciones (*Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península, 2000 : 16-17).

avenços tecnològics<sup>182</sup>, esdevé cada cop més real, augmentant així el nivell d'exigència individual, però també la vulnerabilitat. Si en la modernitat clàssica semblava que la incertesa i el risc eren una rèmora del passat, quelcom que la raó, plasmada en els avenços científics i tecnològics i les noves institucions polítiques i socials, aniria reduint progressivament, en la fase actual de la modernitat el risc esdevé un element inherent a la vida individual i col·lectiva, un ingredient bàsic de les estructures de poder i, sobretot, l'eix al voltant del qual hom construeix la biografia personal. Lluny de ser una rèmora del passat, és una conseqüència ineluctable de la fase actual de la modernitat. Vivim, doncs, en la societat del risc, definida com una:

Fase de desarrollo de la sociedad moderna donde los riesgos sociales, políticos, económicos e industriales tienden cada vez más a escapar de las instituciones de control y protección de la sociedad industrial (Ulrich Beck, 2006: 20).

Un risc sistèmic, doncs, davant el qual estem sols. Altrament dit: no podem apel·lar a l'Estat, la família, la classe social, ni a cap grup o col·lectiu. No tenim ningú a qui responsabilitzar quan les coses vagin mal dades, ni ningú a qui exigir ajut, compensacions i orientació. Estem més connectats que mai, cert, però també més aïllats que mai davant el fracàs.

Arribats a aquest punt, la conclusió a què arriba Beck és inequívoca: estem davant una contradicció sistèmica entre uns riscos que són generats col·lectivament, és a dir, que obeeixen a unes causes estructurals, i unes possibles solucions que depenen, gairebé exclusivament, de l'individu. Els problemes són col·lectius, per no dir globals, però els hem d'afrontar a soles. I això, inevitablement, genera angoixa, malestar i sentiments de culpabilitat. Una tesi que, tal i com apuntàvem més amunt, Bauman comparteix plenament.

Tanmateix, aquests riscos estructurals es reparteixen de manera ben desigual: els sectors socials més benestants, que són justament aquells que es veuen afavorits pel model actual de globalització, disposen de més mecanismes i eines per a afrontar la incertesa i el risc, mentre que els sectors més desfavorits —que són precisament aquells que menys han contribuït a generar aitals riscos— en són els més vulnerables i els que tenen menys eines al seu abast per a afrontar-los. La conclusió a què arriba coincideix en aquest punt amb la que ja hem vist en el cas de Wendy Brown: la desigualtat, lluny de ser una anomalia o quelcom que poc a poc es pot afrontar, constitueix un efecte bàsic, consubstancial del model econòmic, social i cultural dominant. Un efecte no tan sols inevitable sinó, en el fons, acceptat i volgut, en tant que resultat que es desprèn

---

<sup>182</sup> Així, la pèrdua de biodiversitat, els efectes lesius del canvi climàtic o les conseqüències que l'ús massiu de pesticides poden tenir sobre la nostra salut són, entre molts altres casos, exponents dels riscos estructurals provocats per l'acció humana i que tenen un abast global, reiterat i multidimensional: afecten la nostra existència individual i col·lectiva, i ho fan de manera constant, radical i inexorable.

lògicament del doble postulat de la desigualtat —de talent i capacitats, però també de força de voluntat i perseverança— i de la desaparició de qualsevol forma de responsabilitat col·lectiva.

### **Individualització actual versus lògica disciplinària: Gilles Lipovetsky**

Al fil del que s'ha exposat a les pàgines precedents, emergeix un individu ben diferent de l'*homo oeconomicus* del liberalisme clàssic. Aquest darrer, recordem-ho, sospesava constantment i de manera metòdica els costos i beneficis abans de prendre una decisió, però no qüestionava mai les normes i pautes socials imperants. En canvi, l'individu actual és algú que ha de redefinir, triar, crear, els rols, pautes i normes a seguir, ja que aquestes han deixat de venir-li donades per la societat.

Com a rerefons d'aquest fenomen disposem, a aquestes alçades, d'alguns eixos explicatius. D'entrada, el fet que, en un entorn on la lògica del mercat en la seva versió més ultracompetitiva s'ha fet extensible al conjunt del teixit social i institucional, l'individu és empès a esdevenir un emprenedor (Laval i Dardot), un agent actiu que, a l'hora de construir la seva marca personal no només escull mitjans, sinó també finalitats, i no només transforma el seu entorn, sinó que, sobretot, cerca transformar-se, "reinventar-se" ell mateix, i fer-ho de manera continuada. I és aquesta mateixa lògica hegemònica de mercat la que explicaria que l'individu actual es converteixi en algú que, lluny d'ésser explotat i vigilat per un agent o entitat extern, s'autovigila i s'autoexplota a si mateix (Byung-Chul Han, Gonçal Mayos).

En segon lloc, també hem pogut analitzar la incidència del pas d'un capitalisme centrat en la producció i sotmès a la lògica de l'acumulació a un capitalisme bolcat en el consum. Més: a una societat, tota ella, abocada a la lògica del consum, l'anomenada "societat de consum", entesa com aquella en què les relacions humanes, inclosa la relació de l'individu amb si mateix, es configura a imatge i semblança de la relació que hom estableix amb els béns de consum i en què, per tal de poder tenir accés a l'univers consumista cal, d'entrada, que el mateix individu esdevingui un bé consumible, algú amb visibilitat, d'on es desprèn la necessitat de bastir una marca personal i difondre-la amb èxit. Arreu i a tothora. `

Però els dos factors precedents, bo i ser molt importants, resulten insuficients per a entendre la lògica del procés actual d'individualització. Aquest és, com s'ha vist al fil de les reflexions sobre la "modernitat líquida" i la "societat del risc", inseparable de la necessitat de construir les pròpies pautes, rols i fins i tot identitat personal. Una necessitat peremptòria i indefugible, car aquestes darreres ja no venen donades per l'entorn social i cultural i, a més, estan sotmeses a un canvi constant i, per tat, també al seu corol·lari lògic: l'obsolescència. No estem, doncs, només davant

d'una transformació de caire econòmic, sinó d'un canvi estructural a nivell social i cultural, d'un canvi de perspectiva i de lògica que abasta tant els aspectes materials com els immaterials.

Tanmateix, quins efectes té aquest procés constant d'(auto)construcció de rols i del mateix jo? Quin o quins processos de socialització el fan possible? Per a intentar trobar les possibles claus, convé analitzar les tesis d'un llibre que, malgrat que fou publicat ja fa varies dècades, ofereix una perspectiva d'anàlisi sorprenentment vigent: *La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo*<sup>183</sup>, de Gilles Lipovetsky.

El llibre desenvolupa una tesi certament ambiciosa, agosarada: les transformacions socials, culturals i fins i tot filosòfiques contemporànies —el pas de la modernitat a allò que molts, entre ells el mateix Lipovetsky, anomenen la postmodernitat<sup>184</sup>— s'entenen millor si prenem com a fil conductor i eix vertebrador el que ell anomena “procés de personalització”, un procés en virtut del qual emergeix un individu nou, diferent del de la modernitat clàssica, però també una nova manera d'articular la relació entre les pautes i comportaments personals i allò que l'ordre social espera i requereix de l'individu:

A medida que se desarrollan las sociedades democráticas avanzadas, éstas concretan su inteligibilidad a la luz de una lógica nueva que aquí llamamos proceso de personalización que no cesa de remodelar en profundidad el conjunto de los sectores de la vida social. [...] Así opera el proceso de personalización, nueva manera para la sociedad de organizarse y orientarse, nuevo modo de gestionar los comportamientos [...] con el mínimo de austeridad y el máximo de deseo, con la menor represión y la mayor comprensión posible. (Gilles Lipovetsky. *La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, 2000 : 5-7).

Es tracta d'un canvi de grans repercussions. Entendre'n l'abast i el significat passar, en primer lloc i de manera prioritària, per situar-lo en el marc del pas d'una societat —la moderna, que emergeix amb la revolució industrial, els ideals de la Il·lustració i les revolucions liberals, basada en un individualisme abstracte combinat amb una lògica disciplinària— a una societat postmoderna, que funciona amb una lògica diferent, basada en un progrés substancial de personalització, d'individualització, on la diferència, la singularitat i, en general, tot el que tingui a veure amb l'expressió de la subjectivitat de cadascú esdevé clau. Examinem-ho amb una mica més de detall:

---

<sup>183</sup> El seu original francès, *L'ère du vide* (Paris: Gallimard), es va publicar l'any 1983. Ha estat traduït al castellà per Anagrama en més d'una edició, essent la darrera la de 2003. L'edició aquí consultada és la de l'any 2000.

<sup>184</sup> Amb tot, aquesta darrera denominació està molt lluny d'haver assolit el consens acadèmic. Alguns, com Anthony Giddens, anomenen els nostres temps “modernitat avançada”; d'altres, com Bauman, “modernitat líquida”. De fet, el mateix Lipovetsky, en una obra posterior, titulada *Los tiempos hipermodernos* (traduïda per Anagrama l'any 2014), sosté que ja hem deixat enrere la fase “postmoderna” per a entrar en la fase “hipermoderna”. Es tracta d'una discussió que ultrapassa l'abast i els objectius de la present recerca, però que, tanmateix, convé esmentar, a fi i efecte de precisar el marc teòric que estem seguint.

Durant la modernitat clàssica, l'ordre social combinava llibertats i drets formals —llibertats civils, polítiques i, lògicament, llibertat de mercat, de poder comprar i vendre—, amb la posada en marxa d'un conjunt d'institucions i de mecanismes pensats per a estandarditzar el comportament dels individus, tot sotmetent-los a unes pautes uniformitzadores. Lipovetsky reprèn el fil argumental de *Vigilar i castigar*, de Foucault, per explicar com, a través de l'escola, el servei militar obligatori o la presó, l'Estat imposava, de facto, un seguit de rutines, hàbits i rols que regulaven bona part de la vida personal, limitant severament, de facto —encara que no de iure— el marge real de llibertat per a expressar la singularitat, la diferència, allò més genuí de cadascú:

La lógica de la vida política, productiva, moral, escolar [...] consistía en sumergir al individuo en reglas uniformes, eliminar en lo posible las formas de preferencias y expresiones singulares, ahogar las particularidades. (Gilles Lipovetsky, 2000 : 7).

En contraposició, en les societats actuals

Desaparece esa imagen rigorista de la libertad, dando paso a nuevos valores que apuntan al libre despliegue de la personalidad íntima, la legitimación del placer, el reconocimiento de peticiones singulares, la modelación de las instituciones en base a las aspiraciones de los individuos. (*Ibidem* : 7).

L'expressió dels trets diferencials, de la singularitat de cadascú, passa, doncs, en primer pla. De ser quelcom mal vist que calia dissimular es converteix en motiu d'orgull i de reconeixement. Paral·lelament, les emocions, els desitjos, els impulsos i, en general, tot allò que denoti la subjectivitat en la seva vessant pretesament més genuïna no tan sols deixen de ser reprimides sinó que són exposades al públic; esdevenen motiu d'orgull i, fins i tot, argument decisiu a l'hora de prendre decisions i de justificar-les.

Tanmateix, aquest procés de personalització que, lluny de cercar la uniformitat, admet i valora l'expressió oberta i explícita dels sentiments i anhels que constitueixen la diferència, les peculiaritats i les casuístiques individuals, no és sinònim de pèrdua dels vincles socials, no amenaça amb dissoldre'ls. Ans al contrari, aquests vincles es mantenen ben vius; allò que canvia —i que ho fa de manera substancial— és la manera en què es mantenen i difonen: a través de la lògica de la seducció i la del consum.

A través de la seducció, entesa com aquella forma de socialització que, lluny d'imposar una norma, un criteri estandarditzat que tothom ha de seguir, ofereix un ventall d'opcions i procura que aquestes resultin atractives, il·lusionants, de manera que siguin els mateixos individus els qui desitgin, facin seva, aquelles que els abelleixen més. Mètodes didàctics que recorren al joc i a altres elements lúdics, ofertes de treball que apel·len a la passió i a la creativitat com a vies per a



captar els candidats amb més talent... els processos de socialització, avui, es basen més en convidar, suggerir, animar o estimular, més que no pas en imposar:

La seducción nada tiene que ver con la representación falsa y la alienación de los encierros; es ella la que construye nuestro mundo y lo remodela según un proceso de personalización que consiste esencialmente en multiplicar y diversificar la oferta [...], en sustituir la sujeción uniforme por la libre elección, la homogeneidad por la pluralidad, la austeridad por la realización de los deseos. (*Ibidem* : 19).

L'altra via de socialització, que complementa i amplia l'anterior, és el consum. En una perspectiva compatible amb les de Baudrillard i Bauman (vegeu el capítol precedent), Lipovetsky amplia el concepte del consum molt més enllà dels objectes físics i el fa extensible als valors, idees i pautes de conducta i, sobretot, al mateix subjecte, al seu cos i a la seva ment. Tanmateix, i a diferència dels dos autors esmentats, Lipovetsky no veu en el consum un agent d'alienació, de control subtil però efectiu que fa de l'individu un presoner de la lògica capitalista; ben al contrari, entén el consum com un vector decisiu en el procés de personalització perquè potencia l'autonomia i la responsabilitat personal envers un mateix, car:

Arranca al individuo de su tierra natal y, más aún de la vida cotidiana, del estatismo inmemorial de las relaciones con los objetos, los otros, el cuerpo y uno mismo. Es la revolución de lo cotidiano lo que ahora toma cuerpo, después de las revoluciones económicas y políticas de los siglos XVIII y XIX [...]. El consumo obliga al individuo a hacerse cargo de sí mismo, le responsabiliza, en un sistema de participación ineluctable, al contrario de las interpretaciones lanzadas contra la sociedad del espectáculo y la pasividad. (*Ibidem* : 109).

Tanmateix, encarta manca un element, una baula decisiva entre l'individu i la societat. I és que la lògica del consum i de la seducció només funcionen, només són plenament eficaces, si hi ha un procés d'autoseducció, és a dir, si connecten amb els desitjos i aspiracions personals i amb la voluntat d'autorealització personal:

El amaestramiento social ya no se realiza por imposición disciplinaria, ni tan solo por sublimación, se efectúa por autoseducción. El narcisismo, nueva tecnología de control flexible y autogestionado, socializa desocializando, pone a los individuos de acuerdo con un sistema social pulverizado, mientras glorifica el reino de la expresión del ego puro. (*Ibidem* : 55).

L'eix, doncs, és el jo; més específicament, un nou "Narcís", un subjecte narcisista que ja no es conforma amb les llibertats civils i polítiques, ni tampoc amb la llibertat de poder adquirir, llogar o vendre propietats, sinó que, a més, vol ser lliure per a decidir quin estil de vida portar, amb qui, quan i com mantenir relacions sexuals o quina dieta alimentària vol seguir. Més encara: vol aquesta llibertat, la reclama amb insistència, perquè veu en ella la plasmació exterior del seu jo autèntic, de la seva personalitat genuïna, única i singular.

Ara bé, cap d'aquests trets equivalen a fer del nou Narcís un individu merament egoista, exclusivament centrat en ell mateix i despreocupat per tot allò que no l'afecti directament. No és en absolut un mer àtom deslligat del seu entorn, sinó algú que s'interessa pel que passa fora, algú que vol establir lligams, però que ho vol fer partint del seu jo íntim, de l'auscultació constant dels seus anhels, pensaments i estats anímics; algú que, abans de mirar els altres, s'ha mirat a si mateix al mirall:

Debemos devolver a Narciso al orden de los circuitos y redes integrados: solidaridad de microgrupo, participación y animación benévolas, redes situacionales, todo eso no se contradice con la hipótesis del narcisismo sino que confirma su tendencia. Ya que lo más notable del fenómeno es, por una parte, la retracción de los objetivos universales si lo comparamos con la militancia ideológica y política de antaño, y por otra, el deseo de encontrarse en confianza con seres que compartan las mismas preocupaciones. (*Ibidem* : 13-14).

L'individu actual, el Narcís dels nostres dies, és, doncs, un individu amatent a triar les opcions vitals que li semblin més seductores, que permanentment s'ausculta a si mateix i que, partint d'aquesta auscultació, de la recerca dels anhels i tendències que millor expressen el seu jo genuí, vol socialitzar-se i crear nous vincles socials... sempre i quan sigui lliure per triar amb qui, quan i com vol establir-los. En conseqüència, no és un ésser aïllat, ni tampoc algú permanentment turmentat. És, això sí, algú vulnerable, inestable, insegur:

Cuanto más se invierte en el yo como objeto de atención e interpretación, mayores son la incertidumbre y la interrogación. El yo se convierte en un espejo vacío a fuerza de "informaciones", una pregunta sin respuesta a fuerza de asociaciones y de análisis, una estructura abierta e indeterminada. (*Ibidem* : 55-56).

En qualsevol cas, ni l'obsessió per la recerca de l'autenticitat del jo ni la incertesa i la inestabilitat psicològica no es tradueixen en un perill per al mercat capitalista ni per a les institucions polítiques. D'entrada, perquè les preferències personals i fins i tot la recerca de l'autenticitat es donen en el marc d'un sistema de signes el significat dels quals ve codificat culturalment. Això sí, d'una manera molt més flexible, plural i seductora que no pas abans:

La autenticidad, más que una realidad psicológica actual, es un valor social, y como tal expuesto a sujeciones: la orgía de revelaciones sobre uno mismo debe plegarse a nuestras normas [...], debe corresponder con lo que esperamos de ella, a los signos codificados de la autenticidad. (Gilles Lipovetsky, 2000 : 66).

Però és que, a més, la recerca constant de les opcions vitals més seductores i l'auscultació metòdica dels anhels i sentiments suposadament més genuïns són plenament funcionals amb la lògica econòmica i institucional establerta. Lluny de suposar una amenaça, lluny de portar a

l'anomia social, catalitza un nou tipus de socialització, més flexible i plural però no per això menys efectiu. De fet, resulta molt més funcional. Especialment en el capitalisme actual, fonamentat en la necessitat de canviar rutines i pautes de consum, d'accelerar el cicle d'obsolescència com a via per a acumular més capital:

Es la lógica de un sistema experimental basado en la celeridad de las combinaciones la que exige la eliminación de la voluntad como obstáculo a su funcionamiento operativo. [...] Más vale la apatía narcisista, un yo lábil, el único capaz de funcionar sincronizado con una experimentación sistemática y acelerada. (*Ibidem* : 58-59).

### **Nou model d'individu, nous rols**

Fent una lectura global de les diferents perspectives aquí analitzades, el primer a constatar és que en la fase actual de la modernitat —i poc importa, als efectes d'aquesta recerca, si se l'anomena "líquida", "tardana", "postmoderna" o "hipermoderna"— la socialització de l'individu, el conjunt de pautes culturals i de rols socials que són contínuament transmesos, ja no es fonamenten en la lògica disciplinària, en generar uns estàndards, uns paràmetres normatius que són imposats a tothom mitjançant les tècniques de vigilància i de control del cos descrites per Michel Foucault. Fer aquesta afirmació, però, no equival a dir que ja no hi ha rols ni uns paràmetres d'allò que hom considera *normal* i acceptable, sinó que, tal i com Zygmunt Bauman i Ulrich Beck posen de manifest, aquests rols i pautes s'han de negociar contínuament. Ni la professió, ni el gènere, ni la classe social, ni la possible adscripció a una ideologia creença o creença, ni tan sols les opcions de lleure, venen ja prefixades d'una vegada per totes, sinó que els han de construir i renegociar una vegada i una altra els mateixos individus. I el mateix passa amb la biografia de cadascú, amb el relat que hom fa de si mateix, de qui és què vol, quins són els trets que el caracteritzen i els valors que el defineixen.

Rols, pautes i relat autobiogràfic que, a més, s'han de construir en un context d'incertesa i de canvi constant. Adaptar-se a unes circumstàncies en perpetu moviment i acceptar nous reptes, sense poder preveure d'antuvi d'on venen ni vers on es dirigeixen, és quelcom que forma part, paradoxalment, de la nova normalitat. Un canvi que, a més, necessàriament comporta l'habilitat, i sobretot la predisposició, a desprendre's d'allò caduc, d'allò que hom considera obsolet, concepte que va molt més enllà dels canvis tecnològics per abastar, virtualment, qualsevol idea, costum, rol, tendència, lligam social o valor.

En aquest marc d'incertesa i de canvi constant, fins i tot la identitat individual passa a ser quelcom que s'ha de modificar i renegociar constantment. Deixa de ser un tret que ve donat a esdevenir quelcom que cal construir. I no una vegada, sinó contínuament. L'existència de cadascú

—tant allò que fa com els rols que adopta i fins i tot allò que considera com la seva identitat— esdevé una tasca que cal enllestir de manera nova i creativa en cada ocasió<sup>185</sup>. Talment com si fos una obra d'art, talment com si hom fos l'artista de si mateix:

Practicar el arte de la vida, hacer de la propia vida una “obra de arte”, equivale en nuestro mundo moderno líquido a permanecer en un estado de transformación permanente, a redefinirse perpetuamente, transformándose (o al menos intentándolo) en alguien distinto [...]. Transformarse en alguien distinto equivale, sin embargo, a dejar de ser el que se ha sido [...]. Cuando emprendemos una “autodefinición” y una “autrotransformación”, pretendemos también una destrucción creativa día tras día. (Zygmunt Bauman. *El arte d la vida. De la vida como obra de arte*, 2009 : 92-93).

Ara bé, entendre la vida com una obra d'art en què l'artista és el mateix subjecte implica que l'imperatiu econòmic no és l'únic causant de l'emergència del nou individu neoliberal. Ni tampoc el consum. Certament, l'imperatiu d'excel·lir en un entorn cada cop més competitiu és ben present. Com també ho és l'apel·lació constant a consumir per tal d'obtenir reconeixement i estatus socials, però, d'acord amb el marc teòric aquí exposat, hi manquen ingredients. Bàsicament, dos.

El primer és la seducció —recordem Ulrich Beck—. Aconseguir que algú faci quelcom passa, avui, més per la seducció que per la coacció, més pel suggeriment d'allò que sembla atractiu i plaent que no pas per l'acatament passiu d'una pauta o costum. Tanmateix, seducció i plaer no són exactament sinònims, tot i que guarden un estret parentiu: la primera no és, a diferència del segon, un acte merament reactiu i previsible, sinó que requereix d'una participació activa del jo: i és que, seguint amb el mateix autor, no hi ha seducció possible si no hi ha, paral·lelament, un procés d'autoseducció. Altrament dit, és el jo, en la seva integritat, en les seves diverses facetes, qui s'ha de veure interpel·lat, interessat, atret. Això no vol dir que aquest jo no s'interessi pels altres ni per allò que succeeix fora, però sí que implica que només se sentirà atret si hi connecta emocionalment, si se sent involucrat, apel·lat i corresponsable en tant que individu singular, únic i diferent.

El segon és la incertesa. Darrera la voluntat de transformació constant i darrera la determinació d'exterioritzar constantment la seva personalitat i la seva intimitat hi ha, també, una necessitat de respondre, de forma àgil i original, a un entorn en permanent canvi on els criteris d'allò bo, allò correcte i allò convenient s'han de renegociar constantment. La por a l'obsolescència —una obsolescència entesa no només en la vessant tecnològica, sinó extensible a

---

<sup>185</sup> Una anàlisi exhaustiva de com i perquè l'obsolescència és, avui, una qüestió existencial que ultrapassa de llarg aspectes tecnològics i professionals per a abastar totes les dimensions de l'existència es pot trobar al llibre de Mayos Solsona *Homo obsoletus. Precariedad y empoderamiento en la turboglobalización*. Barcelona: Red ediciones, 2016.

totes les facetes de l'existència i que, a més, equival a la irrellevància social— i el neguit produït per la indeterminació i el canvi constant de criteris actuen de catalitzadors de la transformació personal, fent que, lluny d'adaptar—s'hi passivament, s'hi involucri afegint, sempre que sigui possible, un toc diferenciador.

## INDIVIDU I COMUNITAT

En paral·lel a l'emergència d'un nou individualisme centrat en la renegociació constant de rols, pautes de funcionament i estils de vida en un context "líquid", és a dir, marcat pel canvi constant i, per tant, en la incertesa, en el risc entès com un factor consubstancial i inherent de la vida actual, assistim a un nou impuls de les lògiques comunitaristes<sup>186</sup>.

En principi, es tracta d'un fenomen xocant. Al capdavant, ja hem tingut ocasió de veure<sup>187</sup> que allò que caracteritza una comunitat és, justament, l'existència d'uns vincles afectius, una cosmovisió comuna i un conjunt articulat de tradicions, ritus i pràctiques compartides que li atorguen una aparença de realitat natural, orgànica; un rerefons assumit tàcitament per tothom i que fa del tot innecessària l'existència de contractes, d'acords explícits entre individus singulars i autònoms. Res més lluny, doncs, que un entorn marcat per la individualització, sotmès als canvis constants i on les pautes i els rols han de ser negociats i renovats una vegada i una altra.

Tanmateix, hi ha motius per a postular que les versions actuals de la "comunitat" presenten aspectes substancialment diferents a la seva concepció originària. Tant, que sota una mateixa denominació és molt possible que ens trobem davant de fenòmens que ben poca cosa comparteixen amb el concepte de comunitat teoritzat per Ferdinand Tönnies. Estaríem, doncs, assistint a una nova versió dels processos "d'invenció de la tradició"<sup>188</sup>, d'apel·lació a una (presumpta) identitat comuna per a contrarestar els efectes potencialment anòmics i disgregadors dels processos de transformació econòmica i social accelerats.

Concretament, en aquest apartat seguirem les aportacions de Manuel Castells i Zygmunt Bauman per entendre i conceptualitzar els trets principals i el perquè del sorgiment dels dos tipus principals de "comunitat" que hi ha en el món actual: les "comunitats estètiques" o "comunitats penjador" (Bauman), també anomenades "comunitats—xarxa" (Castells), i les "comunitats ètiques" (Bauman), basades en la "identitat d'adscripció" (Castells).

Les primeres designen un conjunt d'individus, normalment de situació socioeconòmica relativament benestant, que comparteixen determinats gustos, aficions, estils de vida o valors. En un entorn marcat per l'espectacular auge de les tecnologies i, en especial, de les xarxes socials, però també pel canvi constant, la fluïdesa i la privatització de tota mena d'opcions vitals i, per tant, de responsabilització davant d'aquestes, aquest tipus de col·lectius funcionen a mode de refugi,

---

<sup>186</sup> En el context de la present recerca, allò que interessa no és el plantejament de les bases teòriques i epistemològiques del corrent filosòfic anomenat "comunitarisme", sinó els trets sociològics que pugui presentar en l'actualitat.

<sup>187</sup> Vegeu el capítol titulat "Comunitat i associació".

<sup>188</sup> L'expressió al·ludeix, evidentment, al llibre d'Eric Hobsbawm titulat, justament, *La invención de la tradición*, traduït al castellà per l'editorial Crítica en diverses edicions; la que hem consultat aquí és de 2012.

del confort de sentir-se acompanyats i de tenir quelcom a compartir... a condició, però, que hom sempre pugui canviar de grup cada cop que canviïn els seus rols o les seves predileccions. Els vincles que uneixen els seus membres són sempre temporals, fugissers, fins a “nou avís”:

Se trata de una “comunidad” de quienes piensan como ellos o actúan como ellos; una comunidad de “mismidad”, que, cuando se proyecta sobre la extensa pantalla de una conducta extensamente replicada/copiada, parece dotar a la identidad individual electiva de la sólida base que, de otro modo, quienes eligieran esa identidad no podrían confiar que tuviera [...]. Sin embargo, [...] la construcción de la identidad es un proceso inacabable y siempre incompleto y debe seguir siéndolo para cumplir su promesa [...] la identidad debe permanecer flexible y siempre susceptible de ulterior experimentación y cambio. [...] La característica común a las comunidades estéticas es la naturaleza superficial y episódica de los vínculos que surgen entre sus miembros. Los vínculos son frágiles y efímeros (Zygmunt Bauman. *Comunidad: en busca de seguridad en un mundo hostil*, 2003 : 77-86).

El repte a què han de fer front aquestes “comunitats estètiques” o xarxes socials (virtuals i presencials) és que, atesa la fragilitat i temporalitat dels vincles que els uneixen, cal renovar constantment i de forma reiterada les tries que hom fa, per ta de demostrar —als altres i a si mateix— que hom segueix formant-ne part. Compartir una i mil vegades vídeos a través de les xarxes socials, enviar i rebre contínuament “likes”, agregar nous membres, compartir enllaços dels restaurants i comerços que hom visita són, entre moltes altres opcions, maneres de continuar permanentment “en contacte”, fer pales la (suposada i sempre fràgil) solidesa de les opcions que hom tria a base de demostrar que molta gent les comparteix i, en definitiva, defugir així la incertesa gairebé existencial que caracteritza aquesta variant actual de “comunitat”. Tanmateix, aquests i altres lligams passen per un denominador comú i, ahora, el pressuposen: el consum, entès, també, com un acte de reafirmació de la pertinença a un grup; un acte tant més necessari com més incerts i fugissers són els vincles que els uneixen:

En el vacío normativo abierto por la retirada de la puntillosa regulación estatal [...] la experimentación es fácil y encuentra pocos obstáculos; el inconveniente es que, gratificantes o no, los productos experimentales nunca son seguros; su expectativa de vida es reconocidamente breve y por tanto la seguridad existencial que prometían [...] se resiste a llegar. Si las relaciones [...] no tienen más garantía de continuidad que la elección de “hacerlas perdurar” por la que han optado los individuos, es preciso repetir diariamente esa elección, y es preciso manifestarla con un celo y dedicación que la haga arraigar de verdad. (Zygmunt Bauman, 2003 : 118).

Estaríem, doncs, davant una dimensió addicional del consum que fins ara no hem analitzat aquí: el consum entès com un signe de pertinença a un grup i, ahora com un acte —que ha de ser constantment reiterat i aplicat en qualsevol àmbit— de reafirmació de la voluntat de voler seguir

formar-ne part. Comprar un (nou) vestit, anar a un nou restaurant i compartir les imatges dels àpats per Instagram, compartir l'accés de pagament a Netflix amb unes poques amistats, són, també, maneres de "fer xarxa" i de fer palesa la nostra renovada voluntat de ser-ne membre... fins a nou avís.

Ben diferent és la lògica i la dinàmica de funcionament de la segona tipologia que sol rebre la denominació de "comunitat" i que Bauman bateja com a "comunitats ètiques", i Castells com a grups basats en la "identitat d'adscripció". Composada, en bona part, pels sectors menys afavorits de la globalització, per aquells que són individus formalment lliures i iguals però que, a la pràctica, veuen com les seves possibilitats d'ascens socials esdevenen mínimes i que bona part dels seus drets formals esdevenen buits de contingut real<sup>189</sup>, allò que els uneix no és un desig de compartir experiències i valors d'una manera flexible i oberta a canvis, sinó la necessitat, entesa i viscuda com quelcom imperiós, de trobar un refugi davant la precarietat i la incertesa inherents a la societat actuals. I la via per a (intentar) assolir-ho és mitjançant la cerca d'uns lligams forts, sòlids i perdurables; mitjançant una comunitat que

Estuviera tejida de compromisos a largo plazo, de derechos inalienables y obligaciones irrenunciables, que gracias a su durabilidad prevista (y mejor aún garantizada institucionalmente) pudieran tratarse como variables conocidas cuando se planea el futuro y se idean proyectos. (Zygmunt Bauman, 2003 : 87).

Ara bé, atès que les condicions de vida actuals dificulten enormement tota possibilitat d'establir lligams sòlids i basats en un compromís ferm, per no dir que la fan directament inviable, l'única manera d'intentar-ho és mitjançant un nexa comú aparentment inqüestionable i, com a tal, mereixedor d'una lleialtat irrompible: la identitat. Aquest terme, enormement complex i polisèmic, admet diverses vari-ants. Aquí, tanmateix, ens centrarem en aquella que posa l'èmfasi en l'adscripció a uns trets pretesament inqüestionables i consubstancials a un col·lectiu humà; uns trets que, al mateix temps, els diferencia de la resta, i ho fa d'una manera tan contundent i inequívoca que no depèn —que *no pot* dependre— de la voluntat dels seus membres. La identitat, entesa d'aquesta manera, no és quelcom fruit d'una elecció, d'un consens, d'una opció entre d'altres, sinó que s'imposa com una evidència inqüestionable, com quelcom que només admet ser acatat, sota pena d'acusació de covardia o traïció per a qui no ho faci.

Aquest tipus de col·lectius lligats per una (pretesa) identitat inequívoca, perdurable i fins i tot natural pot semblar equivalent a la comunitat, entesa tal i com la definia Tönnies. Tanmateix,

---

<sup>189</sup> Tanmateix, la cerca de "comunitats" basades en vincles sòlids i en una identitat ferma no és exclusiva dels sectors socials més precaritzats. Les causes del seu sorgiment són més amples i inclouen qüestions de caire cultural, tal i com Castells, entre d'altres, remarca al llibre esmentat. En qualsevol cas, es tracta d'una qüestió que ultrapassa clarament l'abast i els objectius d'aquesta recerca, però que, tanmateix, mereix deixar-ne constància.



aquesta similitud és un miratge. La comunitat tradicional no tan sols era el producte inseparable d'una societat premoderna, on els vincles familiars, de clan i afectius són hegemònics i on la tradició i les creences s'imposen sobre la raó instrumental, sinó que, a més, requereixen un aïllament —físic i virtual— de l'exterior totalment incompatible amb la globalització, car

Una vez que la información pudo viajar con independencia de sus portadores, ya una velocidad muy superior a la de los más avanzados medios de transporte [...], ya no podía trazarse, y mucho menos sostenerse, la frontera entre "interior" y "exterior". (Zygmunt Bauman, 2003 : 20).

Però la diferència cabdal, la més important, la que fa inviable el seu retorn, és que la comunitat es fonamenta en l'existència d'un cúmul de tradicions, vincles i afectes que actuen a mode de rerefons comú que, en un context d'aïllament físic i cultural, era viscut com quelcom tàcit i evident. Les "comunitats" actuals, en canvi, viuen en un món global i interconnectat; per tant, requereixen construir aquests vincles. I, és clar, necessiten legitimar-los, sovint amb un discurs rigorista que estableixi una diferenciació rotunda entre les "nostres" i els "altres", els de "fora".

La distància amb les comunitats genuïnament tradicionals és, doncs, insalvable. La qual cosa no treu, sinó tot el contrari, que pretenguin ser-ho. De fet, és justament la vulnerabilitat i feblesa d'aquest tipus d'agrupacions, la inexistència d'uns trets identitaris naturals i sostinguts en el temps, el seu caràcter de realitat que, contràriament a l'original, ha de ser laboriosament (re)construïda dia a dia, allò que fa que pretenguin ser-ne una encarnació genuïna:

La identidad [...] debe la atención que atrae y las pasiones que despierta en que es un sucedáneo de la comunidad [...]. La paradoja, sin embargo, es que para ofrecer siquiera sea una cantidad módica de seguridad y para poder así curar o calmar de algún modo el dolor, la identidad tiene que negar su origen; tiene que negar que es un "mero sucedáneo": tiene que conjurar un fantasma de la misma comunidad que ha venido a sustituir. La identidad brota en el cementerio de las comunidades, pero florece gracias a la promesa de su resurrección de los muertos. (Zygmunt Bauman, 2003 : 22).

En qualsevol cas, el mercat esdevé, en l'actualitat, un referent clau en els processos de construcció de la identitat d'aquest tipus de "comunitat". Consumir uns determinats productes i serveis i, sobretot, mostrar-los a la resta dels membres del grup, és una manera d'enfortir els lligams i d'afirmar els trets diferencials. Una necessitat tant més peremptòria com més fràgils i canviant siguin els vincles socials actuals. Queda pendent, però, intentar esbrinar si això passa per l'adquisició privada o per compartir-los d'alguna manera. Entrarem en aquesta qüestió més endavant, un cop haguem examinat què s'entén, en l'actualitat per propietat i per economia col·laborativa. Amb tot, sí podem aportar aquí un breu element de reflexió, que té a veure amb la

paradoxal, però tanmateix ben possible, relació que s'estableix avui dia entre la figura de l'emprenedor (vegeu el capítol dedicat a Christian Laval i Pierre Dardot, així com el dedicat al curs de Michel Foucault al Collège de France).

Un altre punt de contacte entre les noves tendències comunitàries i el subjecte neoliberal tal i com emergeix dels trets i del rerefons que s'ha anat definint en el decurs d'aquesta recerca és la significativa —i anòmala en termes històrics— conjuminació entre la cooperació i la competència. La predisposició sovint favorable de l'emprenedor a establir i mantenir lligams socials de diversa mena, condició i objectius té una traducció prou rellevant per al tema que ens ocupa: la voluntat de col·laborar en tota mena d'equips, tant a la feina com fora d'ella. O, més ben dit, de col·laborar i de competir alhora. Ambdós termes, tradicionalment considerats antagònics, esdevenen, avui, perfectament complementaris. Tret que, segons Manuel Castells (2003), rau en el fet que la lògica de funcionament vigent avui dia tant a nivell econòmic com social i cultural és el model xarxa, un model en què una pluralitat de persones, grups o entitats col·laboren en determinats projectes, normalment de curta durada, alhora que poden entrar en competició en d'altres, mentre que segons Bauman (2007) s'explica per la substitució dels lligams "sòlids" —val a dir: intensos, amb vocació de permanència i basats en el compromís— per vincles "líquids", és a dir, de durada indeterminada, sense un compromís fort per cap de les parts implicades i, per tant, permanentment subjectes a modificació o cancel·lació. En qualsevol cas, el caràcter dinàmic, flexible i canviant dels lligams socials permet compaginar la col·laboració i la competència. De fet, s'espera dels seus membres que cooperin allà on calgui, qual calgui i amb qui calgui per a obtenir avantatges competitius. I a l'inrevés: una bona competència facilita el treball en equip.

## **ESTÈTICA, PRINCIPI DE PLAER I SUBJECTE NEOLIBERAL**

Les anàlisis sobre allò que, segons Baudrillard, Bauman i Lipovetsky constitueix l'essència i la lògica de la societat de consum, el pas de la biopolítica a la psicopolítica (Han) i el procés de personalització basat ja no en la coerció disciplinària sinó en la seducció de Lipovetsky convergeixen, malgrat les diferències que puguin tenir, en un punt essencial: el pas d'una lògica centrada en sotmetre desitjos, impulsos i anhels als mandats de la raó —uns mandats que, al seu torn, són l'expressió d'allò que l'ordre social espera de l'individu— a una lògica en què aquests desitjos, impulsos i anhels són promoguts, en comptes de reprimits. D'entrada, perquè el caràcter instantani, curt-placista i fugisser d'aquests darrers permeten accelerar els cicles de producció, obsolescències i reemplaçament i, per tant, afavoreixen l'augment de l'acumulació de guanys en un capitalisme impulsat pel consum i, més concretament, pel consum vehiculat a través de signes, d'elements intangibles, però també, com hem vist en l'argumentació de Bauman, de Beck i de Harvey, perquè l'ordre social líquid actual requereix i espera dels individus una predisposició al canvi, a l'adaptabilitat a qualsevol preu que, a més, sigui volguda, desitjada, (auto)impulsada pels mateixos individus. Expressat en termes freudians (vegeu, sobre aquesta qüestió, el capítol dedicat a Sigmund Freud), assistim al pas del principi de realitat al principi de plaer... com a paradoxal element de socialització.

Amb tot, aquests elements no són del tot suficients per a escatir com i perquè la lògica del principi de plaer no es circumscriu només al consum sinó que es fa extensible, també, al món laboral. O, per a ser més precisos, entre el personal qualificat i quadres gerencials. I, d'altra banda, la seducció i el consum com a noves vies de socialització necessiten algun element addicional de legitimació per a ser viscuts com una via d'autorealització personal. Un element que, tal vegada, la dimensió estètica pot proporcionar. Intentarem copsar tot seguit com i perquè aquesta dimensió, convenientment passada pel sedàs del capitalisme neoliberal, pot bastir aquest element. Primer, però, caldrà escatir què entenem per "capitalisme estètic" (o artístic), per veure tot seguit quina funcionalitat pot tenir.

## **Estetització del món i capitalisme artístic: Gilles Lipovetsky i Jean Serroy**

Segons ambdós intel·lectuals<sup>190</sup>, el capitalisme actual, lluny de fonamentar-se només en criteris funcionals i utilitàries, lluny de ser sinònim de mal gust, i lluny de menar a l'estandardització del món, es caracteritza per incorporar la sensibilització i el gust estètic com un

---

<sup>190</sup> Gilles Lipovetsky és sociòleg; Jean Serroy és crític de cinema, especialista en literatura medieval i escriptor.

ingredient cada cop més present en totes les fases del procés de producció i comercialització de tota mena de béns i serveis:

Estamos en la época en que los sistemas de producción, distribución y consumo están impregnados, penetrados, remodelados por operaciones de naturaleza fundamentalmente estética [...]. Es lo que llamamos capitalismo artístico o creativo transestético, y se caracteriza por el peso creciente de los mercados de la sensibilidad y del proceso diseñador, por un trabajo sistemático de estetización de los bienes y lugares comerciales, de integración generalizada del arte, del look y de la sensibilidad afectiva e el universo consumista. (Gilles Lipovetsky i Jean Serroy. *La estetización del mundo: vivir en la época del capitalismo artístico*, 2015 : 8).

Aquesta lògica, tanmateix, també circula, i de manera molt intensa, en sentit contrari: el camp artístic i cultural incorpora, d'una manera cada cop més decidida i integral, la dimensió econòmica, el màrqueting i la gestió empresarial. Museus, galeries d'art, centres culturals o creadors de qualsevol àmbit entren en una dura pugna per sobreviure i triomfar en un entorn ultracompetitiu. I, per a aconseguir-ho, es veuen impel·lits a fer ús de les tècniques més sofisticades de venda i a gestionar llur producció artística tot seguint criteris plenament empresarials.

El resultat és que en totes les variants artístiques, així com en les empreses capitalistes més dinàmiques, hom observa una confluència, una hibridació, entre el món empresarial i l'artístic, entre economia i estètica:

Estamos en un ciclo nuevo caracterizado por una relativa desdiferenciación de las esferas económicas y estéticas, por la desregulación de las distinciones entre lo económico y lo estético, la industria y el estilo, la moda y el arte. (Gilles Lipovetsky i Jean Serroy, 2015 : 10).

Quins són els trets i les manifestacions principals d'aquest capitalisme artístic en què l'economia i l'estètica es conjuminen?

El primer tret rau en el fet que la vessant estètica i creativa s'incorpora al gruix dels processos productius i al màrqueting. La funcionalitat i la recerca de l'eficiència ja no són els únics criteris, ni tan sols els més importants: els principals sectors del capitalisme, des de la construcció de grans gratacels fins al disseny d'un nou smartphone, passant per la tria del mobiliari de les oficines bancàries, tenen cada cop més present que el resultat final sigui estèticament plaent.

El segon lloc, les obres d'art són valorades, de manera creixent, en funció de la seva rendibilitat comercial i financera (o, pel que fa als museus i equipaments públics, per elements quantitatius —nombre de visitants, impacte de les obres i exposicions a les xarxes socials, notes de premsa que se'n fan ressò, etc.—) més que no pas per criteris intrínsecament estètics.

En tercer i darrer lloc, avui es difumina l'antiga contraposició entre art i economia, així com la que hi havia entre una "alta cultura", adreçada a una elit i basada en criteris merament estètics i creatius, i una "baixa cultura" o "cultura de masses", bolcada en l'èxit econòmic però amb escassa, per no dir nul·la, credibilitat artística, cultural i intel·lectual. I, semblantment, els diferents àmbits artístics es barregen, s'embriden i reconfiguren tot seguint criteris tant estètics com de conveniència mercantil i financera. L'era dels "ismes", dels moviments artístics clarament definits i que sovint s'afirmaven contra els cànons establerts, cedeix el pas a una proliferació sense fi de gustos i tendències sense perfils clars que apareixen, canvien, es barregen i combinen de mil maneres diferents. L'esperit rupturista i iconoclasta propi dels moviments avantguardistes de fa un segle es dilueix per la senzilla raó que ja no hi ha un cànon contra el qual rebel·lar-se. Estem, doncs, en la fase del capitalisme "transestètic", anomenat així perquè l'estètica s'hibrida amb els valors financers, però també perquè fusiona, barreja i abasta multitud de tendències, gustos i corrents.

Com a conseqüència d'aquesta creixent imbricació, la dimensió estètica passa a ser un component essencial del procés de seducció a què Lipovetsky feia referència a *La era del vació* (veure capítol precedent) i del consumisme. El consum, avui, ja no es fomenta apel·lant a la possessió de més béns i objectes, sinó a les emocions i sensacions que poden proporcionar, incloses, i de manera molt especial, les que proporcionen un plaer estètic. I, en la mesura que el consum esdevé una part cada cop més important de la vida i de la identitat personal, podem deduir que la dimensió artística es tradueix en una incidència significativament inferior de la possessió de mercaderies i béns físics i, en contraposició, d'un major pes de tot el que tingui que veure amb les sensacions i les vivències :

El consumo transestético remite a la nueva relación hedonista con el consumo orientado a "sentir", a buscar emociones y "experiencias renovadas, porque no es otra cosa que un consumo estético desdiferenciado, ampliado, generalizado, que explora todos los dominios, en el arte propiamente dicho, pero también fuera del arte, percepciones nuevas, diversión, descubrimientos, sensaciones, vibraciones hedonistas y emocionales. Así el individualismo posesivo ha cedido paso a un individualismo consumista, experiencial o transestético. (Ibídem : 50-51).

Estètica, lògica de la seducció i consumisme conflueixen per a afavorir el pas de un capitalisme centrat en la producció a gran escala de béns i serveis homogenis a un altre capitalisme caracteritzat per l'acceleració dels cicles de producció, consum i obsolescència i per la producció segmentada, flexible, *just in time* i que, de manera reiterada, apel·la a la "personalització", al consum com a expressió de la personalitat diferenciada del jo:

A diferencia de la regulación fordiana anterior, el complejo económico-estético está menos centrado en la fabricación en masa de productos estandarizados que en estas estrategias innovadoras que son la diferenciación de productos y servicios, la proliferación de la variedad, la aceleración del ritmo de lanzamientos de productos nuevos, la explotación de las expectativas emocionales de los consumidores: a un capitalismo centrado en la producción le ha sucedido un capitalismo de seducción orientado hacia los placeres de los consumidores mediante imágenes y sueños, formas y relatos. (*Ibidem*: 33).

Un cas paradigmàtic de la incidència dels valors estètics en el pas del capitalisme fordista a la seva versió actual el tenim amb l'auge de la marca. Amb ella, el càlcul i la mercadotècnica més sofisticada convergeixen amb els valors artístics per a guanyar-se no tan sols la confiança del consumidor, sinó la seva adhesió en tant que sinònim de creativitat, originalitat i bon gust; en tant, doncs, que plasmació d'uns valors que ultrapassen el mercantilisme vulgar. El logo, la marca<sup>191</sup>, suposa un element clau en la "desmaterialització" dels béns d'consum, ja que, al capdavall, el gruix del seu valor ve donat pels valors que vehicula i per les sensacions que transmet, més que no pas pels trets objectius, físics, d'allò que es ven sota el seu paraigües:

En la era del capitalismo transestético el arte se impone como un instrumento de comunicación mediante acontecimientos que permiten ennoblecer las marcas y forjarles una imagen audaz, creativa y menos mercantil. Por esta vía la marca efectúa una especie de transmutación simbólica, presentándose como gratuita y generosa. (*Ibidem* : 70).

Tanmateix, la utilitat de la vessant estètica com a eina per a esperonar al consum i potenciar així el capitalisme no esgota l'abast del seu significat i les seves repercussions. Hi ha una altra derivada, potser menys evident però no de menor importància: la seva incidència en la substitució de la racionalitat orientada a mitjans per una modalitat d'acció social<sup>192</sup> en què les emocions i les sensacions juguen un paper clau. Si en el capitalisme i l'Estat clàssics els costums, les creences, les tradicions, la moral, les emocions o les sensacions són substituïdes pel càlcul metòdic orientat a aconseguir un objectiu de la manera més eficaç possible o, pitjor, són reconvertides en un mer mitjà, en un instrument en ares d'aquesta raó obsedida en controlar-ho tot, en augmentar l'eficiència i la productivitat sense preguntar-se mai el perquè ni el per a què, en el nou capitalisme i el nou ordre institucional emergents, les emocions i el plaer, sovint vehiculades a través de l'experiència estètica, esdevenen un factor clau i, en comptes de ser reemplaçades o desvirtuades

---

<sup>191</sup> La marca, en tant que portadora d'uns suposats valors i dotada d'una pretesa personalitat, permet ampliar exponencialment el ventall de béns i serveis que hom posa al mercat i, de pas, externalitzar el gruix dels processos empresarials. Així, els propietaris legals de la marca es queden amb el gruix de la plusvàlua mentre que els costos de producció, i molt en especial els laborals, són derivats a altres empreses o agents. Acaparament dels beneficis i externalització de costos i de problemes, heus ací la clau de bona part dels projectes empresarials més exitosos en l'actualitat. Sobre aquesta qüestió, resulta molt recomanable la consulta del llibre de Naomi Klein titulat *No logo: el poder de las marcas*. Barcelona: Paidós, 2011.

<sup>192</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió, la tipologia d'acció social weberiana explicada a l'apartat titulat "El marc jurídic i institucional: l'Estat modern.

en ares de la raó orientada a mitjans, en són el seu principal catalitzador i impulsor. Orienten, tant o més que la raó, el comportament de la població:

Si el capitalismo es ciertamente ese modo de producción basado en la aplicación del cálculo racional a la actividad económica, es de señalar que en su versión artística no cesa de movilizar producciones destinadas a generar placer, sueños y emociones [...]. El capitalismo artístico tiene esa característica, que crea valor económico por el camino indirecto del valor estético y experiencial: se afirma como un sistema que escribe, produce y distribuye placer, sensaciones e ilusión [...]. En la era hipermoderna la “jaula de hierro” de la racionalidad instrumental y burocrática ha conseguido la hazaña de asimilar e integrar a su contrario: la dimensión personal e intuitiva, imaginaria y emocional. (*Ibidem* : 34-35).

Així, la creixent interacció entre capitalisme i estètica té el seu paral·lel amb una modalitat d'acció social —de pautes de pensament i de comportament socialment acceptades i valorades— en què la dimensió estètica fa de pont entre emocions i raó instrumental, contribuint a que, lluny de ser antagòniques, esdevinguin ara complementàries:

El capitalismo artístico es esta formación que empalma lo económico con la sensibilidad y lo imaginario: se basa en la interconexión del cálculo y lo intuitivo, lo racional y lo emocional, lo financiero y lo artístico. (*Ibidem*: 35).

Amb aquests elements, estem ja en condicions d'entendre millor com i perquè el capitalisme artístic o “transestètic” juga un paper clau en la configuració de l'individu actual. D'entrada, perquè desenvolupa, com ja hem pogut observar, un paper clau com a catalitzador d'un capitalisme que empra la seducció emocional i els impulsos com a inductors al consum, però també perquè permet que emergeixi un tipus d'individu que, tant en el lleure com en el decurs de la seva activitat laboral, busca plasmar, exterioritzar, el talent i la creativitat que porta dins seu; un individu que veu en l'estètica el pont, el nexa d'unió, entre el plaer sensorial i hedonista, d'una banda, i els imperatius de la productivitat propis del món laboral del neoliberalisme. I que, a més, ho faci amb passió, amb ganes. Els valors bohèmics, els valors rebels de l'artista, posats, ara, al servei del subjecte neoliberal:

Y sobre esta estela se ha construido un modelo estético de vida personal, hasta tal punto es cierto que son los valores inicialmente promovidos por los artistas bohemios del siglo XIX (hedonismo, creación y autorrealización, autenticidad, expresividad, búsqueda de experiencias) los que han acabado por ser los valores fundamentales dominantes [...]. La vida personal estetizada aparece como el ideal más compartido en nuestra época: s la expresión y la condición del origen del hiperindividualismo contemporáneo. (*Ibidem* : 24).

## L'artista com a nou model capitalista: Ève Chiapello i Luc Boltansky

Segons acabem d'analitzar, Lipovetsky introdueix un element que fins ara no havíem tractat aquí: la confluència actual entre el món de l'art i la lògica econòmica per configurar un nou capitalisme que espera el consum a base de fomentar sensacions i emocions vinculades a la dimensió estètica, però que, a més, configura un nou model d'individu en què la creativitat, l'originalitat i la passió substitueixen el mer càlcul instrumental i la lògica disciplinària (Foucault) clàssica. Tanmateix, manca saber com i perquè es dona aquesta confluència entre dos mons —el de l'artista i el de l'empresa, el del creador i el de l'inversor— que fins fa poques dècades funcionaven de manera radicalment diferent, fins i tot oposada. I per respondre aquests interrogants, les aportacions de Luc Boltansky i Ève Chiapello poden ser molt útils.

Boltansky i Chiapello parteixen del supòsit que una part molt important de l'èxit i la difusió mundials del capitalisme obeeix no només a la seva possible utilitat per a la creació de riquesa i benestar, sinó també a algun element de legitimitat externa, és a dir, a un conjunt d'idees, preferències i valors que, des d'una òptica que va més enllà de la vessant merament econòmica, de la dimensió crematística, fan que el capitalisme sigui acceptat, i fins i tot obertament desitjat, per moltíssima gent:

Si el capitalismo no solo ha sobrevivido [...] sino que tampoco ha dejado de extender su imperio se debe a que ha podido apoyarse en un cierto número de representaciones —susceptibles de guiar la acción— y de justificaciones compartidas que han hecho de él un orden aceptable e incluso deseable, el único posible o, al menos, el mejor de los órdenes posibles. (Luc Boltansky i Ève Chiapello. *El nuevo espíritu del capitalismo*, 2002 : 46).

Aquesta legitimitat externa, aquesta apel·lació a valors d'índole no estrictament econòmica, varia segons el context històric. En cada fase, el capitalisme ha de recórrer a un tipus concret d'idees i conceptes per a legitimar-se; idees i conceptes que, en un altre context, ja no resulten vàlides i han de ser substituïdes per altres. I, en aquest procés d'aportació de nous elements de legitimació, pot resultar especialment útil recórrer, justament a les crítiques i retrets formulats contra el capitalisme per tal d'incorporar-les, neutralitzant-ne així els efectes nocius i reconvertint-les en nous factors d'adhesió:

Para mantener su poder de movilización, el capitalismo debe incorporar recursos que no se encuentran en su interior, acercarse a las creencias que disfrutaban, en una época determinada, de un importante poder de persuasión y tomar en consideración las ideologías más importantes —incluidas aquellas que le son hostiles— que se encuentran insertas en el contexto cultural en el cual se desarrollan. (Luc Boltansky i Ève Chiapello, 2002 : 61).



A grans trets, els principals retrets que s'han formulat al llarg del segle XX contra el capitalisme es poden resumir en quatre:

- Engendra desigualtats, pobresa i misèria
- Fomenta una mentalitat egoista, competitiva i insensible davant els afers socials i polítics
- Adultera l'autenticitat; és un sistema que, de manera intrínseca, fomenta un estil de vida fals, sotmès a convencionalismes i on tot és façana perquè converteix les relacions socials en relacions basades en l'interès, on l'altre (i, de fet, també un mateix) és vist com una mercaderia
- Ofega l'autonomia i la creativitat, tot afavorint la submissió a la norma i als convencionalismes

Les dues primeres crítiques pertanyen a l'àmbit social, mentre que les altres dues, que Chiapello i Boltanski anomenen "crítica artística", pertanyen al món de l'art perquè han estat formulades des de postulats més propis d'aquest camp. Tanmateix, el grau d'atenció que han rebut ha estat ben diferent: mentre que les primeres han estat objecte de tota mena d'anàlisis i controvèrsies, tant en l'àmbit acadèmic i intel·lectual com en l'esfera política, social i mediàtica, les dues darreres han estat tradicionalment menystingudes, o fins i tot negligides, per molts estudiosos, malgrat llur rellevància.

Cosa que, segons ambdós autors, es tracta d'una omisió important, car hom pot constatar que un dels trets més característics de les societats capitalistes clàssiques ha estat la tensió entre dues lògiques antagòniques, entre dues visions del món, entre dos ethos professionals: la del burgès, exponent de l'esperit capitalista, i la de l'artista. Així, al llibre *Artiste versus manager: la management cultural face à l'esprit artistiques*<sup>193</sup>, Eve Chiapello detalla que la cosmovisió i els valors burgesos han vingut tradicionalment definits pels següents paràmetres:

- Un individualisme centrat en la defensa dels drets civils i polítics —dret a la vida, llibertat d'expressió, garanties de no intromissió de l'Estat en la vida privada, igualtat jurídica, a escollir i ser escollit en unes eleccions, etc.— i, sobretot, en la constant recerca de guanys econòmics. El burgès, doncs, és algú que fa de l'activitat econòmica, de la propietat privada i de les constants operacions de compra i venda, l'eix de la seva vida i la brúixola de la seva visió de la realitat i dels seus valors.
- Com a conseqüència del punt anterior, l'ethos burgès es caracteritza per prioritzar els interessos individuals per sobre dels col·lectius.
- Tanmateix, aquest individualisme no es fa extensiu a la llibertat efectiva, real, per a triar estils de vida, orientació sexual, comportaments... I menys encara per a plasmar-los en

---

<sup>193</sup> Editat per Métaillé l'any 1998. No s'ha traduït al castellà ni al català

públic. L'individu burgès clàssic és, ben al contrari, algú que sotmet llurs rutines, comportament i fins i tot valors a allò que la societat i el mercat esperen d'ell. És algú obsedit per aconseguir "respectabilitat", per donar una imatge seriosa. El seu egoisme, la seva manera interessada de relacionar-se amb els altres el mena, paradoxalment, a ser esclau dels convencionalismes socials; si més no, de cara a la galeria

- I, per aconseguir una imatge de respectabilitat, ha de controlar, reprimir o amagar tot impuls, anhel, desig, emoció o sentiment. L'autocontrol i la contenció esdevenen claus en la configuració de la personalitat del "bon" burgès.
- Lògicament, aquest autocontrol es fa extensiu, i de manera molt intensa, a les finances personals. L'estalvi esdevé una virtut cabdal, mentre que tota despesa no imprescindible és considerada un "malbaratament"<sup>194</sup>. D'entrada, perquè va en detriment de l'acumulació de capital, però també perquè denota un autocontrol personal deficient. Gastar de forma compulsiva és, alhora, una greu pèrdua en termes financers i un defecte moral, un signe inequívoc de feblesa personal.
- Per tant, sotmet la seva vida i la seva activitat diària a un implacable procés de racionalització. La necessitat de ser millorar la competitivitat, sumada a la pulsio per l'autocontrol i la repressió, es tradueixen en un control exhaustiu, metòdic, racional, de cada decisió, tant en l'àmbit productiu com fora d'ell.
- Per últim, tot allò que no es pot traduir en un benefici econòmic o, a tot estirar, en un reforçament de l'estatus personal, és considerat inútil. Una "pèrdua de temps".

En contraposició, els valors de l'artista, tal i com s'han vingut configurant a partir del Romanticisme i, sobretot, en el decurs de les avantguardes artístiques, pivota sobre els següents eixos:

- Menyspreu pels valors materials; rebuig frontal a fer de la voluntat d'acumular diners i béns materials el principi rector de la vida
- Rebuig als convencionalismes, a tot allò que l'ordre social imperant considera "adient" i "assenyat"

---

<sup>194</sup> Hom pot objectar que el burgès típic és, també, algú procliu a fer ostentació de les seves riqueses. Mobles de fusta ben noble, mansions de luxe, joies molt cares o pertinença a clubs socials exclusius (i, sovint, amb tarifes força oneroses) han estat, entre d'altres, formes de presentar el jo burgès en societat. És un aspecte que Chiapello no té prou en compte però que, a parer nostre, no altera la substància de la seva argumentació. Al capdavant, l'ostentació i les formes d'exterioritzar el "bon gust" formen part d'aquest capteniment burgès perquè serveixen com a signes d'estatus, com a elements d'identificació de qui mereix formar part dels cercles selectes i qui no. Per tant, són una eina útil per als negocis i la promoció; una inversió, més que no pas un caprici o una despesa prescindible. Vegeu, sobre aquesta qüestió: Pierre Bourdieu. *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 2012, així com Thorstein Veblen. *Teoría de la clase ociosa*. Madrid: Alianza, 2004. El primer d'aquests dos títols és especialment indicat per a entendre les claus del "bon gust" i el consum (aparentment) innecessari com a factors per a la reproducció de la classe social; el segon, és especialment útil per a entendre el paper de l'ostentació en la rivalitat entre persones pertanyents als grups d'estatus elevats.

- Com a contraposició, l'artista cerca la creativitat, l'originalitat, la diferenciació, la ruptura amb els esquemes i convencionalismes establerts. Això implica, sovint, la voluntat de sacsejar les consciències mitjançant la provocació
- Aquesta creativitat, però, és el resultat del jo interior de l'artista, d'on es desprèn que no pot ser forçada ni imposada. L'únic que es pot fer és justament el contrari: abandonar tota repressió i deixar que flueixin els impulsos i tot allò d'irracional que hi ha dins seu
- Com a conseqüència del punt anterior, l'hedonisme i el plaer, entesos com quelcom impulsiu, no forçat, espontani, són reivindicats com a catalitzadors de la creativitat i com a exponents màxims de l'autèntica llibertat
- El resultat inevitable és un rebuig clar i rotund tant a la mercantilització pròpia del capitalisme com al procés de racionalització de la vida individual i col·lectiva

En definitiva, històricament hi ha hagut un conflicte inevitable entre el burgès obsedit amb racionalitzar-ho tot i l'artista que cerca la creativitat; entre la reivindicació de la sensibilitat i el plaer davant la defensa de l'autocontrol; entre l'utilitarisme en la seva versió més mercantilitzada i la recerca d'allò inefable i d'allò que no té preu; entre el conformisme envers les normes socials i la voluntat de ruptura, de provocació, fins i tot.

Durant la major part del segle XX, durant l'etapa del capitalisme fordista, aquesta confrontació perd un cert grau d'intensitat. Perd pistonada a mesura que els costums burgesos comencen a liberalitzar-se tímidament, a mesura que les grans empreses comencen a ser conscients de la utilitat dels impulsos, desitjos i emocions com a eina per esperonar el consum i, per extensió, l'activitat econòmica, i a mesura, també, que l'art, fins i tot l'art més rupturista i avantguardista, entra progressivament dins els circuits institucionals i comercials.

Amb tot, el conflicte no desaparegué en absolut. L'antagonisme de fons entre la racionalització incessant de tots els processos, activitats i decisions i l'aposta de l'artista per la impulsivitat, l'espontaneïtat i la creativitat més lliure es mantenia. Suavitzada en les formes, però no en el fons. De fet, l'abisme es feia en certa manera més profund —tot i que menys explícit— a mesura que l'administració de les grans empreses passava a convertir-se en objecte d'un coneixement i unes tècniques exhaustives: el management, la direcció dels “recursos humans”, una expressió que, en ella mateixa, ja porta implícita una càrrega de control, d'administració metòdica, rigorosa, disciplinada, racional:

Le management moderne se caractérise par la rationalisation de tout et de tous les comportements humains. [...] La mise sous contrôle et la maîtrise du facteur humain est mise au service de l'enrichissement économique. (Eve Chiapello. *Artiste versus manager: le management culturel face à la critique artiste*, 1998 : 42).

Aquest panorama, però, canvia substancialment a les darreres dècades del segle XX. En un context marcat per la crisi del model fordista, cada cop més empreses i institucions posen l'accent en les virtuts de la flexibilitat i l'adaptabilitat més que no pas en les qualificacions tècniques; en el treball en equip i la polivalència més que no pas en l'especialització. I, sobretot, en la "creativitat" i la "passió" més que no pas en la "responsabilitat" i la "seriositat" del treballador. Doncs bé, aquest esperit del nou management respon a les demandes d'autenticitat i de llibertat que històricament ha plantejat la "crítica artística"<sup>195</sup>. Més concretament, les aprofita per canviar cap a un nou model d'acumulació de capital, més innovador i que, alhora, rep un plus de legitimitat apel·lant, justament, a aquells valors i arguments que abans servien de crítica al capitalisme.

Concretament, segons exposa Ève Chiapello a *Artiste versus manager: la management cultural face à l'esprit artistiques* (1998), el nou management i el nou estil de lideratge reprenen una de les objeccions més lacerants al capitalisme —la separació entre el treballador i el fruit del treball, que porta a que els objectius i les directrius de l'empresa siguin percebuts com un control extern, aliè a la voluntat i els desitjos dels treballadors— per capgirar completament aquesta situació. Partint de la progressiva presa de consciència que aquesta dicotomia entre l'empresa i la plantilla impedeix tota manifestació genuïna de creativitat, l'objectiu del nou management passa per aconseguir que la plantilla s'involucri en la feina, que la faci seva, que la vegi com una oportunitat de desenvolupar el seu potencial creatiu, que se senti atreta pel projecte de l'empresa:

Plus l'organisation est innovante plus les personnes qui y travaillent se déclarent fortement attirées par le projet culture de la maison (Eve Chiapello, 1998 : 67).

I és justament en l'*ethos* artístic on rau la clau que farà possible aquest procés d'identificació. Ja no es tracta d'apel·lar a arguments racionals o utilitaristes, ni tampoc a fer discursos ideològics, sinó d'aconseguir que la plantilla vegi en els objectius i projectes de l'empresa quelcom excitant, apassionant; quelcom que els permetrà desplegar, de manera lúdica i divertida, la creativitat que porten dins:

El nuevo modelo propone una "verdadera autonomía" —se nos dice— basada en el conocimiento de uno mismo y un pleno desarrollo personal, y no una falsa autonomía, enmarcada por el recorrido de las carreras, las definiciones de las funciones y los sistemas de sanciones-ecompenas. (Ève Chiapello i Luc Boltansky, 2002 : 141).

---

<sup>195</sup> Sobre aquest punt, pot ser útil consultar, a banda del llibre esmentat, la següent anàlisi: Lorenzo Cachón Rodríguez, "Reseña *Le nouvel esprit du capitalisme* de LUC BOLTANSKY y ÈVE CHIAPELLO Reis. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 98 (2002) : 199-209. Disponible a Internet: <https://www.redalyc.org/pdf/997/99717918010.pdf> [darrera consulta : 03/09/2020].

Com aconseguir-ho? Segons detalla Ève Chiapello, els gerents i quadres directius despleguen un seguit de tècniques orientades a fer possible que l'empleat s'involucri i identifiqui plenament amb els objectius de l'empresa i que, a més, ho faci amb passió, amb autèntiques ganes. D'entre totes elles, en destaca dues per llur rellevància: el treball per projectes i el *coaching* com a tècnica fonamental de motivació.

Mitjançant el treball per projectes, la creativitat i la individualitat tradicionalment vinculades amb la figura de l'artista passen a ser plenament compatibles amb el treball en equip i, per tant, amb l'assoliment de les fites de l'empresa. De fet, s'hi posen al seu servei. Però, com i per què ara és possible acoblar els impulsos genuïns amb els objectius de la corporació? Bàsicament, perquè el treball per projectes, tal i com es desenvolupa en les empreses modernes, conjumina competitivitat i cooperació; diferenciació individual i treball en xarxa; creativitat "disruptiva" i control racional de la possible viabilitat de les noves idees. Mitjançant tècniques com ara la "pluja d'idees" o el *mindfulness*, l'expressió d'allò diferent i disruptiu passa a ser premiat, en comptes de rebutjat.

I, mitjançant el *coaching* i altres tècniques afins, s'incrementa substancialment la motivació de la plantilla. Amb un afegit cabdal, però: aquesta motivació no és percebuda com l'acceptació dels ànims i els consells que una altra persona pot donar, sinó com el descobriment d'allò que l'individu portava dins seu però desconeixia; de l'autèntic propòsit —professional però també personal— en la vida. L'empleat deixa de veure la seva feina com l'acatament dels criteris externs, dels objectius i pautes de l'empresa, sinó com el resultat del lliure desplegament del talent i la creativitat del seu jo.

El resultat combinat d'ambdues tècniques és que el model actual de gestió empresarial i de recursos humans s'apropa notablement a bona part dels trets de la mentalitat artística que hem pogut veure abans i que, per tant, la posa al servei de la maximització dels guanys i del poder de l'organització. Així,

Le manager est en passe de devenir le meilleur allié de l'artiste après avoir été considéré comme bourreau (Eve Chiapello, 1998 : 115).

I el mateix passa fora de l'empresa, és a dir, en la relació que aquesta estableix amb els seus clients potencials. Les idees i els valors estètics són, cada cop més, una font potencial enorme de beneficis. Mitjançant el màrqueting emocional i la incorporació d'elements estètics, emocionals i fins i tot ètics a la marca, al *logo*, s'arriba a nous públics i augmenten les vendes de tota mena de béns i serveis.

Aquest punt és especialment rellevant per al cas que ens ocupa, car el fet que l'ús de l'*ethos* artístic s'emperi dins i fora de l'empresa implica la fi d'un dels elements clau en la configuració de l'individualisme del capitalisme clàssic. Paga la pena analitzar-ho amb una mica més de detall:

Segons el llibre conjunt d'Ève Chiapello i Luc Boltansky, durant el capitalisme clàssic, es produïa una separació entre l'àmbit laboral, dins del qual hom considerava legítim i adient instrumentalitzar no només la força de treball sinó també les relacions professionals i de negocis, i l'àmbit privat<sup>196</sup>, on, tot partint de la noció de "privacitat" i de respecte a la dignitat inalienable de l'individu, es considerava que les relacions —amistat, parella, família, associacionisme civil— eren desinteressades i, per tant, quedaven fora de l'abast de la instrumentalització, fora de qualsevol tracte mercantil. Aquesta diferenciació

Desempeña un papel clave central en el capitalismo [...] a la hora de efectuar el reparto entre lo que es mercantizable y lo que no lo es. Y, por lo tanto, para constituir la oposición entre el capital y el no capital. (Ève Chiapello i Luc Boltansky, 2002 : 587-588).

Ara, però, aquesta dicotomia es difumina, desapareix. Justament per apel·lar a valors i lògiques en principi no mercantils, sinó més aviat pròpies de l'àmbit artístic; justament per adreçar-se no a la raó calculadora sinó a la passió i la motivació genuïnes; justament per posar l'èmfasi en la creativitat i la singularitat en comptes del conformisme i el sotmetiment a la normalitat, el resultat és que la mercantilització abasta tota la persona i tots els àmbits:

Los nuevos dispositivos de empresa, que exigen un compromiso más total y se apoyan en una ergonomía más elaborada, que incorpora [...] las aportaciones de la psicología conductista y de las ciencias cognitivas, son, precisamente, y en cierto modo por su mayor humanidad, más capaces de penetrar profundamente en la interioridad de las personas [...] y permiten una instrumentalización y una mercantilización de las personas en lo que éstas poseen de más característicamente humano (Ève Chiapello i Luc Boltansky, 2002 : 589-590).

## **Creativitat i neoliberalisme**

Una de les principals manifestacions de la creixent imbricació entre el capitalisme i els valors artístics és l'exhortació, constant i omnipresent, a la creativitat. Aquest terme,

---

<sup>196</sup> En el decurs de la present recerca, i en especial al capítol "Conclusions d'aquest apartat: afinitat (i tensions) entre individu i modernitat" hem tingut ocasió de veure que aquesta separació entre àmbit públic i privat és un dels trets característics de la gènesi i consolidació de l'individu modern.

tradicionalment lligat al món de l'art, vehiculava uns valors oposats a la mentalitat burgesa clàssica: front l'acatament als convencionalismes, ruptura amb tot allò establert; davant l'autocontrol i la repressió de qualsevol impuls, alliberament de tot allò reprimat; davant la tendència a racionalitzar tots els processos productius i totes les institucions, reivindicació de la imaginació, l'art, la impulsivitat; davant el triomf de la racionalitat instrumental, aposta per la simbiosi entre imaginació, emocions i impulsos. Tanmateix, a partir de les darreres dècades del segle XX el panorama canvia radicalment, fins al punt que, ara, la creativitat —això sí: convenientment reformulada— juga un paper clau no només a l'hora de legitimar el capitalisme neoliberal, sinó també com una poderosa eina capaç de fer que el gruix de la població esdevingui partícip, més que no pas mera víctima passiva, de la mercantilització de tots els aspectes de la vida.

Per a entendre millor com i perquè la creativitat juga un rol tan important avui, pot ser força útil revisar les aportacions d'un llibre recent: *Contra la creatividad; capitalismo y domesticación del talento*, d'Oli Mould<sup>197</sup>.

Per començar, Oli Mould explica que, contràriament al que sembla a primera vista, la creativitat significa quelcom més que la capacitat per a crear o fer coses noves; és, sobretot i en essència, un poder que conjumina talent, voluntat i desig,

Ser creativo es algo más que la capacidad de crear algo a partir de la nada, en respuesta a una necesidad o carencia particular. Tampoco es simplemente una capacidad de fabricar un nuevo producto que le mercado ha estimado necesario. La creatividad es un poder porque conjuga el conocimiento [...], la voluntad y, significativamente, el deseo de crear algo que no existe todavía. (Oli Mould. *Contra la creatividad: capitalismo y domesticación del talento*, 2019 : 12).

I és precisament gràcies a aquests trets singulars que la creativitat, entesa com un *poder*<sup>198</sup>, té avui dia, una enorme incidència sobre la realitat social i la vida de les persones i els col·lectius en totes les seves manifestacions:

La sociedad contemporánea se formula, se maneja y se mantiene en la creatividad como fuente principal de progreso. Esto está ejerciendo un impacto enorme en todo cuanto nos

---

<sup>197</sup> Publicat originàriament en anglès l'any 2018 per l'editorial Verso, amb el títol: *Against creativity*.

<sup>198</sup> La influència de Foucault és, aquí, ben evident, tot i que l'autor amb prou feines l'esmenta. En efecte, contra la visió convencional del poder com quelcom que limita, reprimeix i controla, l'enfocament foucaultian, al qual ja hem fet referència en diverses ocasions en aquest estudi, el concep com quelcom capaç de generar, de crear, de constituir noves realitats que, això sí, operen sota una lògica concreta i serveixen a uns interessos donats. I el concep, també, com una realitat que esdevé efectiva no tant gràcies al control extern, a la coerció i la imposició, sinó també gràcies a la capacitat de modular subjectes, tot modificant les seves idees, percepcions de la realitat, valors i actituds. Vegeu també, sobre aquesta qüestió: Michel Foucault. *Un diàlogo sobre el poder y otras conversaciones*. Madrid: Alianza, 2012.

rodea, desde los lugares en los que trabajamos hasta las formas en las que se nos dirigen. (Oli Mould, 2019 : 19).

Aquest gran poder d'incidir i mollejar la realitat està sent, avui, aprofitada pel neoliberalisme en tots els àmbits. D'entrada, en el laboral, on les constants apel·lacions a cercar solucions creatives, a ser més creatiu, no només serveixen de coartada per a incrementar al màxim el rendiment i per esdevenir més competitius, sinó que també, i sobretot, serveixen per substituir el control extern per l'autocontrol, l'autoexigència de millora incessant i continua. Lògicament, això afecta profundament les relacions laborals, eliminant d'arrel qualsevol vestigi de solidaritat i convertint-les en l'escenari d'una competència continua.

Seguint en l'àmbit laboral i empresarial, hi ha un altre fenomen on l'apropiació neoliberal de la noció de creativitat està sent de molta utilitat com a element legitimador: gràcies a les apel·lacions a la creativitat i a la passió professional, la lògica ultracompetitiva està sent dissimulada per les contents apel·lacions al treball en equip, a la col·laboració interdisciplinar, el treball en xarxa i, més darrerament, al coworking:

Y esta individualización disfrazada de colectivismo [...] explica la aparición de “espacios de trabajo colaborativo o coworking como el entorno laboral modélico [...]. Estos espacios están erosionando las barreras entre el trabajo, el descanso y el juego. De hecho, desde la perspectiva de los empleadores, son vitales a la hora de reducir las barreras a la conectividad y la colaboración. (*Ibidem* : 41).

Però l'abast de l'apropiació neoliberal de la noció de creativitat va molt més enllà del món del treball i de l'empres. Així, les polítiques d'austeritat i les retallades pressupostàries que el gruix de països occidentals ha dut a terme a partir de la crisi de 2008, han estat justificades, i fins i tot reconvertides en una “oportunitat”, gràcies a les constants apel·lacions a trobar solucions “creatives” que permetin estalviar costos (i personal) i maximitzar resultats. L'estalvi, vist durant el capitalisme clàssic com una virtut però ridiculitzat durant les darreres dècades del segle XX i fins al 2008, torna a l'escenari, però ho fa sota la disfressa de la creativitat: ara ja no es tracta d'estalviar per estalviar, ni tan sols de reduir la despesa pública per imperatiu de les institucions econòmiques globals i estatals, sinó de substituir les dinàmiques de funcionament públiques, titllades d'excessivament burocratitzades i rígides, per mecanismes de mercat més “flexibles”, “dinàmics” i, sobretot, “creatius”.

Un altre àmbit on la creativitat en particular, i l'art en general, juga un paper clau és en els processos de renovació urbanística i de “gentrificació”, on les apel·lacions a atraure el talent artístic, el redisseny “estètic” de barris sencers i a fer de les ciutats espais que fomentin la creativitat i la innovació serveixen per a legitimar i catalitzar la substitució dels col·lectius amb



menys recursos econòmics per sectors amb major poder adquisitiu —arquitectes, dissenyadors, professionals liberals, gestors culturals, etc.— als barris i nuclis urbans amb major potencial turístic i/o logístic. Els grans negocis immobiliaris, la bombolla dels preus de l’habitatge, i, per tant, el contrast entre l’expulsió de la població més pobre i els enormes beneficis de promotors i inversors immobiliaris, es transformen, en el discurs i els sabers dominants, en trets positius, en causa i conseqüència del dinamisme i l’emprenedoria dels barris i ciutats gentrificats.

Tanmateix, l’ús de la creativitat per a la maximització dels beneficis no és quelcom exclusiu de les grans empreses i dels sectors més privilegiats, sinó que es fa extensible al conjunt de la població. Mitjançant l’auge de les plataformes digitals i de l’anomenada “economia col·laborativa”, l’individu és animat, per no dir impel·lit, a treure un benefici, per petit que sigui, dels objectes que li “sobren”, de les seves habilitats i del seu temps “lliure”. El resultat és que la mercantilització s’estén arreu, inclòs el lleure i el gruix de les relacions socials, provocant així

La reificación financiera de los efectos personales o, por usar la jerga de la economía colaborativa, los “bienes infrautilizados”. La retórica ensalza la novedosa creatividad de ser capaz de alquilar tu coche en vez de tenerlo inactivo, utilizando una plataforma digital que te permite anunciarte más allá de tu red inmediata. Y, incidentalmente, para hacerlo obteniendo un beneficio. (*Ibidem* : 157).

Sota l’imperatiu de la creativitat, l’individu és animat a potenciar la seva “marca” personal; a “ser” una marca atractiva. Ja no es tracta només d’aplicar la lògica ultracompetitiva al conjunt de les activitats i les relacions del subjecte, ni tampoc d’apel·lar al rèdit econòmic que hom pot treure si sap “vendre’s” de manera apropiada, sinó que, a més, fer-ho equival a tenir talent, a ser diferent, a innovar, a aplicar a l’àmbit personal l’admirada creativitat del món artístic. mitjançant la creativitat, la “marca” personal i el model neoliberal conflueixen:

Asistimos al proceso consistente en el desarrollo de la marca del yo, el cultivo del atractivo instantáneo y la flexibilidad a todas horas. Consiste en alimentar de buen grado la construcción continua de una realidad neoliberal. (*Ibidem* : 108-109).

I, en aquest jo esdevingut “marca” i posat al servei del neoliberalisme, l’apel·lació a la impulsivitat i la creativitat personals amaga un avenç real del procés de instrumentalització del món, de les relacions humanes i de la relació que hom estableix amb si mateix. Qualsevol objecte o servei, qualsevol contacte, qualsevol afició o habilitat, pot ser convertida en una font addicional d’ingressos. I, de pas, en una demostració no tan sols de la sagacitat financera, sinó també del talent, la imaginació i la iniciativa personals.

El benefici econòmic queda, així, convertit en exponent visible de l’esperit artístic, la creativitat i, en definitiva, la vàlua del jo.

Als primers capítols d'aquesta recerca hem tingut ocasió d'analitzar com i perquè, segons la reconeguda tesi de l'individualisme possessiu de Macpherson, la propietat privada —entenen per tal tant l'adquisició, possessió, venda o lloguer de terres i tota mena d'objectes com també el propi cos i les capacitats personals, vistos com quelcom que hom pot vendre o llogar al mercat de treball— va jugar un paper clau en la legitimació del capitalisme i, al mateix temps, en la construcció de la percepció del jo en la modernitat. Una tesi que, tot i que amb alguns importants matisos que ja hem pogut analitzar, és molt útil per a tendre la relació entre l'aleshores incipient desenvolupament del capitalisme i l'auge de la mentalitat individualista liberal.

Ara bé, la propietat, la possessió de tota mena de béns, ha estat tradicionalment sinònim de garantia de permanència, de solidesa. Permanència i solidesa, però, enteses no com a sinònim d'immobilisme i estancament —trets radicalment incompatibles amb el tarannà intrínsecament dinàmic, canviant i actiu del capitalisme, com ja hem tingut ocasió de veure al començament d'aquesta recerca— sinó enteses com a sinònim de “capital”, de recurs valuós que, donat el cas, hom pot vendre, llogar o bescanviar. I que, sobretot, pot transmetre als seus descendents, garantint així la reproducció de la posició de les classes dominants i presentant-la com quelcom compatible amb la igualtat formal d'oportunitats. A les pàgines precedents, però, hem vist com i perquè aquesta suposada solidesa de la propietat queda qüestionada avui, en el món de la “societat del risc”, la societat de consum i la modernitat líquida. Tanmateix, l'intent de trobar una resposta a l'interrogant sobre el com i el perquè d'aquesta pèrdua del vincle entre possessió i estabilitat requereix l'anàlisi d'una altra peça —una peça clau—: la construcció social del temps vigent en els nostres dies.

Comencem, però, pel terme “construcció social del temps”. Amb aquesta expressió, allò que hom pretén afirmar és que, en la vida individual i social, el temps no és pas la magnitud objectiva, universal i natural tradicionalment associada amb el món físic<sup>199</sup>, sinó que és quelcom fruit de les relacions socials, la praxis del dia a dia i els valors culturals imperants en una època; que no ens limitem a viure en un espai i un temps determinats, naturals i aliens a la nostra voluntat, sinó que, ben al contrari, són aquests darrers els que depenen dels nostres actes, creences i formes d'organitzar-nos socialment<sup>200</sup>. Certament, la nostra vida individual i col·lectiva sempre ha depès

---

<sup>199</sup> Tot i que, d'ençà la consolidació de la teoria de la relativitat general d'Einstein i de la mecànica quàntica, sabem del cert que la suposada objectivitat del temps físic és, també, una il·lusió. Tanmateix, a nivell popular, a nivell de l'imaginari social dominant, el temps de la natura i el cosmos és, encara, quelcom sòlid, unívoc i inqüestionable. I, als efectes d'aquesta recerca, això últim és el que interessa senyalar.

<sup>200</sup> Vegeu: Hartmut Rosa. Alienación y aceleración : hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía. Móstoles, Katz, 2016.

de les estacions, la durada del dia i la nit, els cicles lunars i els trets geogràfics dels indrets on vivim i on treballem. Tanmateix, és igualment cert que els éssers humans creem un espai i un temps específics. I no es tracta només del fet, obvi i reconegut, que les maneres de calcular, percebre i entendre el temps i l'espai hagin variat significativament segons el lloc i l'època, sinó també del fet que podem alterar-les significativament; més encara, construir-les: l'entorn físic —els pobles i ciutats on vivim, però també els terrenys de conreu, i fins i tot els boscos i praderes, són el resultat de l'acció humana— i el temps —el calendari festiu, els horaris laborals i els de “lleure”, els ritus iniciàtics de l'adolescència o la joventut, o fins i tot el mateix concepte d'infantesa, adolescència, joventut o tercera edat— són, tots ells, un constructe cultural.

Però, a més de ser un constructe social, espai i temps són, també, mecanismes de control, dispositius de poder. En aquest apartat, però, i per raons que s'aniran posant de manifest al llarg d'aquestes pàgines, és el temps, més que no pas l'espai, el més potent, el més decisiu. Així:

El tiempo, como dispositivo, es un mecanismo político y social que pone al hombre de forma automática a disposición de la Realidad a través de un proceso de socialización en el que éste es interiorizado como autoacción hasta llegar a formar parte de su ser, y así, sincronizar su vida con una Realidad construida y diseñada políticamente. (Borja Muntadas. *Inmediatez, capitalismo y vidas aceleradas*, 2016 : 19).

Amb l'adveniment del capitalisme, aquest dispositiu adopta un tret ben peculiar, ben anòmal en termes històrics: d'entrada, és vist com quelcom mesurable, objectiu i, sobretot, uniforme; és a dir, deslligat de la vida social i de les institucions culturals<sup>201</sup>. En segon lloc, tenim la noció que el temps és una cosa que té un valor; més encara, que hom pot posseir i que, per tant, cadascú pot “gastar”, “bescanviar” o “optimitzar”, motiu pel qual cal aprofitar-lo, cal evitar “perdre'l”... semblantment a com cal evitar perdre un objecte valuós.

Ara bé, des del moment en què esdevé una mercaderia amb un valor de mercat determinat, fer-ne un bon ús passa per prioritzar allò més urgent o important i posposar la resta. Així, doncs, el temps, entès com un dispositiu de poder, condiona les accions temporals a emprendre —unes més immediates, altres a més llarg termini— i, per tant, modela la conducta individual i col·lectiva. Posar un preu més alt o més baix a una acció temporal, atorgar-li un valor determinat de mercat —per exemple, prioritzant el valor “estalvi” i el valor “posposar”, en detriment del valor “gaudir a l'instant”, com feia el capitalisme clàssic, o prioritzant més aviat la gratificació immediata, com fa el capitalisme actual—, equival a condicionar la conducta humana; equival a influir, o fins i tot

---

<sup>201</sup> Segons Anthony Giddens, la separació de l'espai i el temps respecte de la vida social i cultural és un dels trets definitoris de la modernitat; més encara, n'és una condició de possibilitat perquè permet el “(des)ancoratge” envers la tradició i el control social. Vegeu, per a més informació, el seu llibre *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza, 1999.

determinar, les nostres eleccions; equival a modelar, mitjançant el dispositiu-temps, el control de l'individu i la societat per part del mercat:

El valor del tiempo, es decir, una preferencia temporal, o la evaluación de la satisfacción de las necesidades en épocas más cercanas que en un futuro más remoto, es un elemento central de la acción humana. Determina cada acción y cada elección [...]. El elemento temporal participa en la formación de los precios de los bienes y servicios, y sitúa al individuo en el mercado en una posición más o menos [...] privilegiada. (Borja Muntadas, 2016 : 228).

Però, com es plasma aquest constructe social, aquest dispositiu de poder, en la fase actual, en el neoliberalisme i la modernitat líquida? Quins són els seus trets distintius?

El primer tret, el més evident, és l'acceleració del temps. Acceleració que significa, d'una banda, que *podem* fer més coses en menys temps —*estalviar* temps viatjant en AVE o en avió, enviar i rebre missatges en qüestió de segons, en contraposició als dies d'espera que implicava la correspondència per carta, comprar un nou mòbil que es carregui amb menys temps, i un llarg etcètera—, però també que *hem* de fer més coses, i amb més rapidesa. Fins i tot, simultàniament: respondre missatges al mòbil mentre anem a comprar, llegir el darrer correu de l'empresa mentre calculem un pressupost... Tant és així que, sovint, aquesta acceleració no es tradueix en disposar de més temps per a dedicar-lo a allò que ens agrada, sinó tot el contrari: com més coses podem fer i com menys temps necessitem per a dur-les a terme, major és la pressió per a que enllestim encara més tasques i més ràpidament, i major és també la pressió que cadascú s'autoimposa per a involucrar-se amb més projectes, accedir a més *experiències* viure amb *més intensitat*. Així, ens convertit en éssers insaciabls, malalts de bulímia que volem ser presents arreu i al moment<sup>202</sup>. Ho volem tot, i ho volem ja. Sense dilació. El resultat, per paradoxal que sembli a primera vista, és que, avui més que mai, tenim la sensació que el temps se'ns escapa, que ja no podem disposar d'un moment de tranquil·litat, d'aquest tan anhelat com impossible assossec.

Amb tot, la noció d'acceleració del temps no serveix per a copsar del tot l'essència del canvi a què estem assistint. Al capdavant, "accelerar" pressuposa i implica romandre en la mateixa lògica temporal, augmentar la velocitat però mantenint la mateixa direcció. Però, tal vegada, allò a què estem assistint és a un canvi qualitatiu en la naturalesa del temps, una veritable transformació de la seva lògica i del tarannà de la seva direcció.

El temps propi de la modernitat clàssica era el temps lineal, la successió de moments que, tot partint d'un punt inicial, avançaven en una direcció per, presumiblement, abocar a un destí acotat. La noció de progrés, tan present en els discursos científics dels segles XIX i XX, però també, i

---

<sup>202</sup> Vegeu l'entrada "Globalització entre Faust i Peer Gynt", al bloc de Gonçal Mayos Solsona: <http://goncalmayossolsona.blogspot.com/search?q=Gynt> [darrera consulta: 03/09/2020 ].

sobretot, en els de caire polític, social i ideològic, implicava i denotava que l'acció humana, si seguia els dictats de la raó, podia superar la barbàrie i la irracionalitat, deixant-les definitivament enrere per entrar en un senderi de millora progressiva, que, tard o d'hora, menaria a un futur qualitativament millor.

En canvi, el temps actual ja no marca una direcció, una fletxa; ja no apunta enlloc, sinó que passa a ser un mer agregat de moments, que se succeeixen a una velocitat de vertigen, apareixent i desapareixent gairebé a l'instant:

Ya no estamos ante un tiempo cíclico o lineal, sino de un tiempo formado por rupturas y discontinuidades. Un tiempo puntillista que no persigue ni la cohesión ni la continuidad, configurado por una serie de instantes plenamente autónomos [...]. La vida no es más que un encadenamiento de presentes vividos con cierta intensidad. (Borja Muntadas, 2016 : 187—188)

En aquest temps discontinu, puntillista, desapareix tota possibilitat de continuïtat temporal, tot fil conductor entre passat, present i futur. Tan sols queda el present immediat, el moment, l'ara mateix:

Se rompe la conjunción tradicional entre pasado y presente [...]. Es desmembrada por un hoy que ya solo mira y atiende a un futuro inmediato, cortoplacista y monolíticamente tecnológico. (Gonçal Mayos. *¿Cómo la globalización y el neoliberalismo nos están cambiando?*, cap. "La pulsión por el "now" asesina el presente y el futuro", 2019 : 94).

Circumstància que, pel que fa al futur, implica:

La completa conmensurabilidad e —incluso— identidad entre el futuro y el presente-now [...] colapsa la idea moderna de "futuro" y de "progreso", negando la posibilidad de un "porvenir" realmente alternativo (Gonçal Mayos, 2019: 95).

En aquest context, desapareix tota possibilitat de narrar la biografia personal o col·lectiva, és a dir, de trobar un fil temporal que li doni un sentit, una trajectòria. La vida esdevé una successió de moments. Què queda? Aparentment, el present, l'aquí i l'ara. Tanmateix, es tracta d'una vivència del present ben peculiar: deixa de ser un moment vital connectat amb la subjectivitat, l'espai que l'envolta i les relacions socials que manté, per a esdevenir un "no-present", un instant sense presència perquè els sentits i l'atenció estan centrats en el flux constant de dades i en la pulsó per estar permanentment connectats i en activitat incessant.

Hoy, debemos volver a pensar la noción misma de "acción" y de "presencia" [...]. Hoy, el presente está aislado del aquí y del ahora [...]. Los objetos pierden su relieve, todo se transforma en un lenguaje binario que ha apartado lo analógico y la experiencia táctil. La tactibilidad a

distancia viene a perturbar seriamente la realidad de lo próximo y lo lejano, disociando la presencia del aquí y ahora de toda experiencia sensible. (Borja Muntadas, 2016 : 279).

Aquesta no-presència, aquesta connectivitat constant que esdevé des-connectió amb la realitat més propera, es dona, d'entrada, en l'àmbit laboral, on la fi del fordisme (veure el capítol "crisi d'acumulació i interessos de classe: la visió de David Harvey sobre el neoliberalisme"), la globalització, els lliuraments de comandes *just in time* i la flexibilitat es tradueixen en la necessitat d'adequar-se a canvis constants en els ritmes i rutines laborals, augmentar de manera exacerbada la productivitat i en haver de simultaniejar multitud de tasques... sense perdre de vista ni un minut els missatges que arriben a cada instant i que, en molts casos, requereixen una resposta immediata.

Però el mateix passa en el temps de lleure. Cal estar permanentment actiu, enllestir noves fites, emprendre noves accions, canviar de rutines, viure noves "experiències" i "sensacions"... que amb prou feines hom pot gaudir perquè ha d'estar pendent de compartir-les a l'instant, amb el màxim de persones i grups. En definitiva, tant el temps de treball com el del lleure —si és que aquesta separació analítica conserva encara el seu sentit— segueixen un mateix patró; un patró marcat per les presses, la pressió de l'ara, la "multitasca" com a horitzó omnipresent, gairebé com a obligació. I un patró, a més, que obeeix a la lògica consumista, car, com ja s'ha pogut analitzar al capítol "Consum i individu empresari de si mateix", per poder accedir al mercat de consum cal, abans, convertir-se, un mateix, en bé consumible, cosa que implica haver d'optimitzar tots els recursos disponibles, mantenir-se en permanent activitat, *aprofitar* al màxim cada instant i, és clar, saber vendre construir una bona imatge personal, una marca, a base, sobretot, d'estar permanentment connectats, permanentment actius i permanentment presents... a les xarxes socials. Abocar-hi nous continguts, contestar a l'instant, penjar les millors imatges i substituir-les ràpidament per altres de més noves. Aquestes, i altres tasques afins, marquen la temporalitat virtual —i presencial— actual, tant a l'oficina com durant les estones (suposadament) lliures.

Les reiterades i omnipresents admonicions a "aprofitar" el temps i a viure "el present" semblen denotar un ús instrumental del temps, una conversió d'aquesta dimensió, tan essencial en les nostres vides, en una mera eina al servei de l'obsessió de l'individu actual per la competitivitat i el consum compulsiu. Tanmateix, és ben factible, i molt més versemblant, fer-ne la lectura inversa: és el dispositiu-temps capitalista neoliberal qui controla la subjectivitat a través de la compulsió a optimitzar tant el temps dedicat al treball com al dedicat al lleure i a través de la pressió que suposa la temporalitat instantània, abstracta i omnipresent de les pantalles:

La nueva economía es la economía de los tiempos hipermodernos y del turbocapitalismo. De la desterritorialización de los flujos de capital que, nuevamente, se reterritorializan en busca de trabajo para la producción y de nuevas Inversiones [...]. La economía del turbocapitalismo es

una economía del tiempo, y no del territorio [...]. Sus únicas fronteras son la velocidad y la aceleración. (Borja Muntadas, 2016 : 235).

Arribats a aquest punt, tornem a la reflexió inicial d'aquest apartat. Com afecten aquest temps discontinu i la compulsió per l'instant en el paper que juga la propietat en la configuració de l'individu actual? En base al que s'ha exposat, podem afirmar que, mentre que en el capitalisme liberal clàssic la propietat privada era sinònim de capital, de permanència i, per tant, tenia un valor prioritari en el dispositiu-temps dels darrers segles, en el dispositiu—temps actual la propietat perd bona part del seu valor, en favor de l'accés, de l'ús.

## LABOR, TREBALL I CONSUM: HANNAH ARENDT

Després d'haver analitzat com i perquè viure en una "societat de consum" no només significa que el gruix de l'activitat econòmica depèn d'adquirir més i més coses, sinó també, i sobretot, que les relacions socials i la relació de l'individu amb si mateix segueix els patrons consumistes, i un cop vist que la temporalitat pròpia dels nostres dies ve marcada per l'instant i per la discontinuïtat, per la ruptura de tot possible lligam biogràfic i narratiu amb el passat, el present i el futur, pot resultar molt convenient veure com això afecta la condició de l'individu actual, i de fer-ho de la mà del llibre *La condició humana*<sup>203</sup>, de Hannah Arendt, amb el benentès que ens centrarem exclusivament en aquells aspectes més relacionats amb el present objecte d'estudi i, per tant, deixarem de banda la resta de les diverses i incisives qüestions presents en aquest llibre.

En aquesta obra, Arendt critica que el gruix de la filosofia occidental moderna i contemporània hagi confós treball i labor i es proposa explicar les diferències entre ambdues. Atès que ambdues constitueixen dimensions essencials de la vida humana, de la praxi dels individus i els col·lectius, la manca de nitidesa a l'hora de copsar-ne la naturalesa i l'abast de cadascuna ha portat a fer una diagnosi incompleta, quan no obertament errònia, de la realitat material i social. Per tant, un cop enllestida aquesta tasca de clarificació conceptual, Arendt procedeix a reformular d'una manera original els trets definitoris de la condició humana, tot arribant a tesis que defugen tant la interpretació liberal com la marxista.

Per "labor" entén totes aquelles tasques i activitats que tenen a veure amb cobrir les necessitats biològiques que tenim: alimentació, reproducció, criança, cura dels infants, etc. El "treball", en canvi, és el conjunt de tasques dutes a terme per a produir tota mena d'objectes durables i que fan possible que, des del naixement fins al final de la vida, estiguem envoltats de coses i béns artificials; d'un univers d'objectes que existeixen gràcies a l'acció humana i que atorguen un caràcter de solidesa, de fermesa, a allò que, en darrer terme, ha estat el resultat d'una construcció que sota cap concepte pot ser perenne.

L'element diferenciador més rellevant entre ambdues activitats és que la labor no genera res perdurable, car tot allò que té a veure amb l'alimentació, la reproducció i la cura es consumeix ràpidament i ha de ser renovat constantment, mentre que tot allò que fabrica l'*homo faber* té, si més no en principi, un caràcter perdurable.

Considerados como parte del mundo, los productos del trabajo —y no los de la labor— garantizan la permanencia y durabilidad, sin las que no sería posible el mundo. Dentro de este mundo de cosas duraderas encontramos los bienes de consumo que aseguran a la vida los medios para su

---

<sup>203</sup> Reeditada en diverses ocasions per Paidós; l'última és de 2016, però la que ha estat emprada en aquesta recerca és l'edició de 1998. L'original en anglès és de 1958.



propia supervivencia. Necesarias para nuestro cuerpo y producidos por su labor, pero sin propia estabilidad, estas cosas de incesante consumo aparecen y desaparecen en un medio incesante de objetos que no se consumen sino que se usan [...]. Como tales, originan la familiaridad del mundo, sus costumbres y hábitos de intercambio. (Hannah Arendt. *La condición humana*, 1998 : 107—108).

Aparentment, la revolució industrial i la increïble proliferació de tota mena d'artefactes semblen indicar que la modernitat es caracteritza per l'hegemonia del treball, i per tant de l'*homo faber*, sobre la labor, sobre l'*homo laborans*. Tanmateix, segons Arendt la realitat és justament la contrària: la perdurabilitat és substituïda per l'obsolescència; el consum de tota mena de béns que han de ser substituïts cada cop més ràpidament s'imposa sobre la producció, entesa com la fabricació d'objectes pensats per durar:

En nuestra sociedad se reemplaza cada vez más rápidamente las cosas que nos rodean. Ya no podemos permitirnos usarlas, respetar y preservar su inherente carácter durable; debemos consumir, devorar, por decirlo así, nuestras cosas, muebles y coches [...] como si hubiéramos derribado las diferenciadas fronteras que protegían al mundo, al artificio humano, de la naturaleza. [...] Los ideales del *homo faber* [...] que son la permanencia, estabilidad y carácter durable, se han sacrificado a la abundancia, ideal del animal *laborans*. (Hannah Arendt, 1998 : 135).

El consum, que en altres èpoques quedava circumscrit a la satisfacció de les necessitats biològiques, ha estès el seu radi d'acció. No es tracta només que el consum augmenti exponencialment, sinó d'un aspecte molt més profund i rellevant: la seva lògica temporal, marcada per l'imperatiu de la ràpida obsolescència, ha envaït completament el món del treball, el món de les coses artificials que ens envolten al llarg de la nostra existència. De ser sinònim de continuïtat i permanència, passen ara a restar sotmesos als imperatius biològics —entesos en un sentit ample, és a dir, incloent impulsos i desitjos— propis *homo laborans*.

Aquest canvi té conseqüències cabdals. D'entrada, ensorra l'esperança que amb els avenços tecnològics i l'automatització l'ésser humà quedarà alliberat de la càrrega de treball i que, amb el temps lliure de què disposarà, podrà desenvolupar tot el seu potencial creatiu i enfortir els lligams socials. El que succeirà —el que està ja succeït, segons aquest text d'Arendt escrit a mitjans segle XX— és que l'augment del temps d'oci només servirà per a exacerbar encara més la tendència a consumir-ho tot i a tothora:

La esperanza que inspiro a Marx a y los mejores Hombres de los varios movimientos obreros —la de que el “tiempo libre emancipará— finalmente a los hombres de la necesidad y harán productivo al animal *laborans*— se basa en la ilusión de una mecanizada filosofía que da por sentado que la fuerza de la labor, como cualquier otra energía, no puede perderse, de modo que si no se gasta y agota a las posadas faenes de la vida nutre automáticamente a otras actividades, más “elevadas” [...]. Sabemos que este razonamiento es una falacia; el tiempo de ocio del animal *laborans*

siempre se gasta en el consumo, y cuanto más tiempo le queda libre, más ávidos y vehementes son sus apetitos. (Hannah Arendt, 1998 : 140).

Que l'*homo faber*, el subjecte bolcat en el treball, estigui quedant subsumit per l'*homo laborans*, bolcat en el consum, té una altra derivada: la desaparició d'un món "objectiu", d'una realitat perdurable, feta per éssers humans, que faci de pont entre la subjectivitat i el món natural. La cultura material, el conjunt d'objectes, coses i béns elaborades per l'enginy i la traça humanes, constitueix el rerefons sense el qual no hi pot haver una noció de permanència, d'estabilitat, de solidesa:

Contra la subjetividad de los hombres se levanta la objetividad del mundo hecho por el hombre [...]. Sin un mundo entre los hombres y la naturaleza, existe movimiento eterno, pero no objetividad. (*Ibidem* : 158).

Però sense aquest caràcter durable que només l'*homo faber* pot proveir, la noció moderna de propietat deixa de tenir sentit. Sense perdurabilitat, el valor d'ús i fins i tot el valor de canvi de qualsevol mercaderia queden clarament devaluades, convertides només en una transacció efímera dins un procés constant de consum que tot ho devora:

El trabajo de nuestras manos, a diferencia del trabajo de nuestros cuerpos —el *homo faber* que fabrica [...] la interminable variedad de cosas cuya suma total constituye el artificio humano. Principalmente, aunque no de manera exclusiva, se trata de objetos para el uso que tienen ese carácter perdurable exigido por Locke para el establecimiento de la propiedad, el "valor" que Adam Smith necesitaba para el intercambio mercantil, y que dan testimonio de productividad, que para Marx es prueba de naturaleza humana. Su ordenado uso no los hace desaparecer y da al artificio humano la estabilidad y la solidez sin las que no merecerían confianza para albergar a la inestable y mortal criatura que es el hombre. (*Ibidem* : 157).

I és que, fent una lectura d'aquesta obra des de la perspectiva del tema que ens ocupa, la seva diferenciació entre *homo faber* i *homo laborans*, entre treball i labor, resulta essencial per a analitzar la relació entre producció i consum en el capitalisme sota un altre angle: certament, passar del predomini de la primera a l'hegemonia de la segona implica que el consum esdevé la font bàsica de generació de guanys en el capitalisme, i també suposa fer del consum l'eix de les relacions socials, l'estatus de l'individu i fins i tot la relació amb si mateix. Però, a més, també implica substituir la voluntat de solidesa de la cultura material, la creació d'un món d'objectes durables que socialitzen l'individu en una realitat social suposadament estable, per l'obsolescència i la constant substitució de tot allò que hom produeix que, de manera inevitable, es deriva de la lògica del consum. La realitat humana, la realitat socialment construïda, deixa de ser percebuda com quelcom durable per passar a ser l'escenari d'un canvi continu, incessant i rapidísim. I, en aquest àmbit de constant substitució, de fragilitat i d'immediateza, la propietat física —de mercaderies, però també de béns immobles, així com de les habilitats personals suposadament estables— canvia substancialment de significat:

de ser sinònim de perdurabilitat i continuïtat, tant a nivell personal com entre generacions, passa a ser quelcom que canvia de mans ràpidament; quelcom que cal adquirir, però sobretot vendre o llogar, en funció de la utilitat, el valor que tinguin en un moment donat. O, fins i tot, en funció de si compleix o no amb els nostres desitjos consumistes.

Com hem vist, tots aquests canvis en la cultura material tenen profundes implicacions en els processos de socialització, en la configuració de la personalitat i en el tipus de relació que establim amb els béns i mercaderies que produïm. Tanmateix, per aprofundir una més en aquests repercussions, les anàlisis de Richard Sennett —qui, d'altra banda, reconeix de manera explícita que Arendt, a qui va conèixer personalment, ha exercit una enorme influència— poden aportar elements clarificadors.

### **Artesania versus consum: la importància de la cultura material**

Segons Richard Sennett, la figura de l'artesà constitueix la base material que permet, alhora, l'establiment de relacions humanes durables, i la configuració d'una personalitat estable.

Aquesta afirmació pot resultar xocant d'entrada, ja que solem veure en l'artesà una figura gairebé residual, anecdòtica; una reminiscència de la feina dels antics gremis feudals que, a partir de la revolució industrial, esdevenen poca cosa més que un toc nostàlgic en un món mecanitzat. Tanmateix, a *El artesano*<sup>204</sup>, Sennett fa un retrat d'aquesta figura molt més ample. Per a ell, l'artesania es defineix no pels procediments i els materials que emprava, ni menys encara per rebutjar les modernes tecnologies i treballar només amb les mans o, a tot estirar, amb eines i tècniques ancestrals, sinó per la vocació, sumada a la determinació, de fer una feina ben feta, de bolcar-hi tot l'esforç, el talent i el temps que calguin. No menys important és un segon tret: la capacitat, i la voluntat, de conjuminar la destresa manual amb l'intel·lecte, amb la noció d'allò que vol fer i de com ho ha de fer. Entesa d'aquesta manera, l'artesania és una tendència, una aspiració, inherent a l'ésser humà:

“Artesanía” designa un impulso humano duradero y básico, el deseo de realizar bien una tarea, sin más. La artesanía abarca una franja más amplia que la correspondiente al trabajo manual especializado. [...] El artesano [...] se centra en la estrecha conexión entre la mano y la cabeza. Todo buen artesano mantiene un diálogo entre unas prácticas concretas y el pensamiento; este diálogo evoluciona hasta convertirse en hábito. (Richard Sennett. *El artesano*, 2009 : 20-21).

---

<sup>204</sup> Editat a Barcelona per Anagrama l'any 2009. El títol original és *Craftman*, editat a New Haven per la Yale University Press, l'any 2008.

L'artesanía, entesa com el resultat d'un impuls profundament arrelat en l'ésser humà, afecta profundament la vida individual i col·lectiva i incideix profundament en la socialització. Arribats a aquest punt, Sennett remarca que la cultura no es compon només d'elements simbòlics, de tradicions, hàbits i costums transmesos mitjançant el llenguatge oral o escrit, sinó que també té un component material, un univers d'objectes produïts per la mà humana, que, en la línia del que ja hem vist en Arendt, atorga solidesa i sensació d'objectivitat i que, en conseqüència, juga un paper clau tant en la transmissió de pautes i valors culturals com en la configuració d'una personalitat estable.

Més encara, el treball, entès com una artesanía, requereix de la participació activa i continuada en el temps de diverses persones; i, més concretament, d'habilitats socials per tal de poder coordinar esforços amb vista a assolir un bon resultat. Constitueix, per tant, una eina bàsica per a crear i enfortir lligams comunitaris que, en molts casos, ultrapassen l'àmbit merament laboral:

El oficio que consiste en producir objetos físicos proporciona una visión interior de las técnicas de la experiencia capaces de modelar nuestro trato con los demás. Tanto las dificultades como las posibilidades de hacer bien las cosas se aplican al establecimiento de relaciones humanas. (Richard Sennett, 2009 : 355).

Tanmateix, i a l'igual que en Arendt, la dimensió temporal és clau: d'entrada, perquè produir objectes perdurables i ben fets requereix persistència, tenacitat, constància. Però també perquè sense un món humà construït a base de béns i utensilis durables no és possible transmetre una imatge de la realitat social i cultural entesa com a quelcom sòlid:

El tiempo de la cultura [...] es largo. Dado que tales, recipientes, herramientas y maquinas son objetos sólidos, podemos volver a ellos una y otra vez a lo largo del tiempo; podemos demorarnos en ellos [...]. La cultura material tampoco obedece a los ritmos de la vida biológica [...]. Las historias de las cosas siguen un curso diferente, en el que la importancia del papel de la metamorfosis y la adaptación crece a través de generaciones humanas. (*Ibidem* : 28).

D'altra banda, el factor temps també és essencial en la configuració d'un tret cabdal de la personalitat<sup>205</sup> del bon artesà i que, a més, afecta profundament la naturalesa i abast dels lligams socials: el compromís. En aquest punt, Sennett rebutja la identificació que Arendt fa entre *homo faber* i raó instrumental. Postula que l'artesà no veu en la seva obra un mer mitjà, un mer

---

<sup>205</sup> Sobre els efectes que té el treball entès com a compromís i vocació artesanes, sobre la personalitat, vegeu el seu llibre: *La corrosión del carácter: las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo* (Barcelona: Anagrama, 2000).

instrument per guanyar diners, prestigi (o el que sigui), sinó que s'identifica amb ella, la veu com una finalitat en ella mateixa i, per tant, hi esmerça tots els seus esforços que calguin:

Su actividad es práctica, pero su trabajo no es simplemente un medio para un fin que los trasciende [...]. El artesano representa la condición específicamente humana del compromiso. (*Ibidem* : 32).

Un cop bastit tot ell corpus teòric sobre la figura de l'artesà i les conseqüències que té com a eina de socialització i de creació de lligams comunitaris, Sennett passa a detallar com i perquè les modalitats de treball imperants en el capitalisme actual són nocives per a la pervivència d'aquest model. Cosa que, a tenor de la rellevància que li atorga, forçosament ha de tenir conseqüències socials i personals clarament adverses.

D'entrada, la temporalitat, precarietat i canvi constant de feina impossibilita el compromís<sup>206</sup> personal amb la qualitat, i fa, ara sí, de l'activitat professional un mer instrument, un mitjà per a aconseguir ingressos, estatus o millorar el currículum:

Hoy predominan los empleos aleatorios; se piensa que, en el curso de su historia laboral, la gente ha de desplegar un abanico de destrezas en lugar de cultivar una única habilidad; esta sucesión de proyectos o tareas erosiona la creencia de estar llamado a hacer bien una sola cosa. (*Ibidem* : 326).

A més, la substitució de les habilitats llargament treballades i acotades per les "competències" de caire transversal, destrueix comunitat. Més ben dit: substitueix els lligams perdurables i basats en la reciprocitat, que són a la base de les relacions comunitàries, per lligams acotats en el temps, molt més fugissers i que, si bé són ideals per a fer i ampliar *xarxes* de contactes, minen les bases de la *comunitat*.

Una destrucció de les condicions de possibilitat per a establir lligams comunitaris, per a fer comunitat —en comptes de *xarxa*— que és causa i conseqüència alhora de l'erosió de la dimensió temporal inherent a les noves relacions laborals. La temporalitat, la rotació constant de mà d'obra i la substitució de fites a mitjà i llarg termini en ares del treball "per projectes" fa inviable establir lligams socials perdurables i intensos. El model "*xarxa*", fonamentat en relacions

---

<sup>206</sup> És molt possible que aquesta afirmació de Sennett requereixi algun matís de relleu. Ève Chiapello i Luc Boltansky, entre d'altres (veure capítol "L'artista com a nou model capitalista") exposen, amb l'ajut d'un bon repertori d'estudi de casos i d'obres sobre management, com la vocació tradicional està sent substituïda per les apel·lacions a ser "creatiu", a exterioritzar la "passió" i el "talent" que tot individu porta dins seu. Així doncs, el compromís amb bolcar el màxim d'esforços en el treball no desapareix, sinó que es transforma: deixa de ser sinònim de perdurabilitat per passar a ser quelcom intens, però a curt termini, fins i tot fugisser. I passa de formar part de l'ethos artesà per passar a formar part de l'ethos de l'artista, molt més disruptiu, individualista i innovador, però convenientment reconduït per a afavorir l'acumulació de capital, en comptes de romandre-hi al marge o en actitud de rebel·lia, com succeïa abans.

molt puntuals, acotades i a curt termini, substitueix el model “comunitat” basat en lligams intensos, perdurables i extensibles a diversos àmbits i manifestacions.

## ECONOMIA COL·LABORATIVA I PROPIETAT : ALTERNATIVA O REFORÇAMENT?

Després d’haver examinat les transformacions recents en el model de producció i les dinàmiques econòmiques, la naturalesa i l’abast del neoliberalisme, les pautes de consum, els canvis socials i culturals —principalment, la “modernitat líquida”, i la “societat del risc”—, i la nova temporalitat, estem ja en millors condicions per a entendre el context global en què s’ubiquen els canvis que està experimentant la noció de propietat i, per tant, d’entendre’n l’abast, el significat i les conseqüències.

*Renting, streaming, accés a través de plataformes, multipropietat...* és evident que la noció de propietat entesa com a sinònim de dret privat i exclusiu a un bé o servei per part d’una persona física o jurídica està perdent ràpidament l’estatus hegemònic de què ha gaudit en el decurs dels darrers segles. Les possibilitats són múltiples i heterogènies, però semblen confluïr en dos punts clau: per un costat, prioritzar l’accés sobre la propietat jurídica; per l’altra, la proliferació, sota diferents modalitats, de l’economia col·laborativa<sup>207</sup>.

De fet, podem entendre ambdues tendències com a manifestacions o angles d’un mateix fenomen, en tant en quant l’economia col·laborativa pivota sobre fórmules que, més enllà de l’estatus jurídic, privilegien l’accés a un bé o servei per part d’un conjunt ample i variat de persones, entitats jurídiques o col·lectius. Per tant, en aquest capítol centrarem l’atenció sobre el significat i l’abast de l’anomenada economia “col·laborativa”, tot emfasitzant el paper que hi tenen l’accés i la propietat.

Tanmateix, no podem oblidar que sota aquesta denominació s’hi inclouen fórmules ben diverses; tant, que en alguns casos obeeixen a lògiques substancialment diferents. I tampoc podem oblidar que les interpretacions sobre la seva naturalesa, abast i significat no són pas coincidents: des d’aquells que veuen en l’economia col·laborativa una alternativa radical a la propietat privada, i fins i tot a la lògica capitalista que li és consubstancial, fins a qui hi veu, ben al contrari, un reforçament d’aquesta lògica, passant per a qui l’enfoca com una modalitat polivalent, que admet diverses combinacions. En conseqüència, en aquest apartat recollirem la complexitat d’aquest fenomen i analitzarem què hi diuen diversos estudiosos d’aquest fenomen.

---

<sup>207</sup> No hi ha un consens sobre la denominació —una prova, entre d’altres, de la complexitat del fenomen—. Així, i com tindrem ocasió d’exposar, Jeremy Rifkin es decanta per la denominació “procomú col·laboratiu”, mentre que Christian Laval i Pierre Dardot es decanten pel mot “comú”. Aquí emprarem l’expressió “economia col·laborativa” perquè és la que ha tingut més ressò.

## Cost marginal zero, “prosumidor” i procomú col·laboratiu: Jeremy Rifkin

Segons Rifkin, l’hegemonia de la propietat privada i, amb ella, de l’economia capitalista està periclitant ràpidament. Una nova forma de propietat, el “procomú col·laboratiu”, vinculada a una lògica econòmica ben diferent, emergeix amb força i, progressivament, anirà guanyant lloc al capitalisme, fins arribar a substituir-lo. Però, què significa aquest nou règim d’accés als béns i serveis? En què consisteix?

Per “procomú col·laboratiu” cal entendre un sistema en què la propietat no és privada, ni tampoc estatal, sinó que pertany per igual a tots els membres d’una comunitat donada que, a més, s’encarrega de gestionar-la. Propietat i gestió, doncs, conflueixen en aquesta modalitat:

Decir de algo que es un procomún significa que se tiene en común y que se gestiona colectivamente. El termino procomún describe una forma de gestión o gobierno. (Jeremy Rifkin. *La sociedad de coste marginal cero: el Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*, 2014 : 238).

La gestió, tant o més que l’estatus jurídic del règim de propietat, és la peça clau. Del que es tracta és no només de ser copropietaris d’un mateix bé que, per tant, no es compra, ven o lloga, sinó també d’involucrar tots els membres d’un col·lectiu o grup donat en la producció, control, manteniment, distribució i substitució dels béns i serveis. I això, lògicament, implica que desaparegui la dicotomia entre propietaris i assalariats, entre capital i treball.

Els orígens d’aquesta modalitat de propietat i gestió col·lectives es remunta molt lluny en el temps; de fet, i per limitar-nos a Europa Occidental, ja era molt present durant el feudalisme, però la progressiva consolidació del capitalisme als segles XVII-XVIII i XIX, amb els “tancaments” o *enclosures*<sup>208</sup>, amb la conversió del gruix dels terrenys agrícoles i de les pastures, però també dels béns immobles i dels béns de producció, en mercaderies de titularitat privada que hom pot comprar, vendre i llogar, suposà el seu declivi radical, fins a deixar-la en una situació residual.

Una situació, tanmateix, que està començant a canviar substancialment. I no per motius puntuals o circumstancials, sinó per causes de fons, que tenen a veure amb grans transformacions que afecten, i afectaran encara més en un futur breu, el conjunt de les institucions i de la vida individual i social en totes les manifestacions. Passem, tot seguit, a veure quins són i en què consisteixen aquests canvis, amb el benentès que no pretenem abastar tot el complex marc teòric

---

<sup>208</sup> No entrarem a valorar aquí els detalls històrics de la seva implantació ni el grau, la intensitat i les vies a través de les quals el model capitalista de propietat va anar substituint les fórmules precedents. Només remarcar que és una afirmació fortament defensada per Rifkin qui, d’altra banda, es basa, en molt bona mesura, en les tesis de Karl Polanyi exposades a *La gran transformació: crítica del liberalismo económico* (Barcelona: Virus, 2016), llibre que ja hem tingut ocasió de comentar i analitzar breument a la introducció i al capítol titulat “El concepte modern d’individu (II): l’*homo oeconomicus*”.



que desenvolupa l'autor, sinó tan sols aquells punts que incideixen més directament sobre la propietat.

La primera gran transformació actual és la que la que l'autor denomina "cost marginal zero" o tendent a zero. A grans trets, consisteix en el fet que, de la mà de la convergència entre les noves tecnologies de la informació i la comunicació, l'Internet de les coses i la incipient revolució energètica —que no només ha de suposar la substitució de les fonts d'energia fòssils per altres de renovables i no contaminants, sinó també, i sobretot, la capacitat d'autogenerar l'energia que consumeixen els individus, les empreses i les organitzacions—, el cost marginal, és a dir, el que costa produir una nova unitat d'un bé o servei s'abarateix exponencialment. Tant, que tendeix a zero. Posem, a tall d'exemple, el cas de YouTube: un cop enllestida tota la infraestructura necessària, des del software i els servidors als sofisticats algorismes, el cost addicional d'afegir un nou vídeo o d'arribar a nous usuaris és pràcticament nul. I, a mesura que les impressores digitals i l'Internet de les coses avancin, el cost addicional de produir una nova vàlvula de motor de cotxe, un nou aparell respiratori per a malalts de pneumònia o de covid—19 i, en general, de gairebé qualsevol bé, també serà zero o gairebé irrellevant. Una situació inèdita en termes històrics que suposa un greu problema per al capitalisme perquè treu a fabricants, proveïdors, distribuïdors i venedors la font principal de plusvàlua. I, sense plusvàlua, desapareix la mateixa condició de possibilitat del capitalisme.

El segon factor, fortament relacionat amb l'anterior, és la fi de la dicotomia entre producció i consum, entre productors i consumidors. Aquesta distinció, que neix amb el sorgiment dels mercats moderns a partir dels segles XVI i XVII, i que s'accentua amb la revolució industrial i la consolidació del capitalisme que té lloc a partir de finals del segle XVIII, deixa de tenir sentit en un món en què les noves tecnologies, l'organització en xarxa de cada cop més activitats econòmiques i socials, l'Internet de les coses i l'autoabastament energètic fan possible no només que els costos marginals tendeixen a desaparèixer, sinó també que cada cop més individus i col·lectius consumeixin allò que els mateixos produeixen; que esdevinguin, doncs, "prosumidors".

El resultat combinat d'ambdues tendències estructurals és que tant la lògica capitalista, centrada en la plusvàlua i la competència, com la propietat privada, que, per llur pròpia naturalesa, fomenta l'ús privatiu i la individualització en comptes de la col·laboració, esdevenen disfuncionals, obsoletes:

La naciente economía del coste marginal cero cambia por completo la noción del proceso económico. En antiguo paradigma basado en propietario y trabajadores, en vendedores y consumidoras, se está empezando a resquebrajar. La conversión de los consumidores en productores eliminará esa distinción. Los prosumidores producirán y compartirán cada vez más sus propios bienes y servicios en el procomún colaborativo con unos costes marginales que se

irán acercando a cero, con lo cual surgirán nuevas maneras de organizar la vida económica más allá del modelo de mercado capitalista tradicional. (Jeremy Rifkin, 2014 : 169).

Rifkin matisa que durant un temps la lògica capitalista serà compatible amb l'auge de l'economia col·laborativa, en tant en quant les empreses, sobretot les de grans dimensions, s'hi adaptaran, tot reduint el pes de les vendes i enfocant llur activitat en el lloguer i en la gestió de totes les cadenes de valor dels seus clients, esdevenint així proveïdors de "serveis" i de "solucions" (Rifkin, 2014 : 287-289). El rentin de cotxes, que inclou el seu manteniment i substitució periòdica per models més nous, o l'assessorament i suport per part de les gran empreses energètiques a les comunitats de veïns que vulguin generar la seva pròpia energia i vendre'n l'excedent al mercat, serien bons exponents d'aquesta tendència.

Tanmateix, a mitjà i llarg termini resultarà inviable mantenir els processos d'acumulació de guanys inherents al capitalisme. A mesures que més i més persones i col·lectius esdevinguin prosumidors actius, en comptes de consumidors passius de béns i serveis aliens:

Cuanto más bienes y servicios que conforman la vida económica de la sociedad se acerquen a un coste marginal cercano a cero y sean casi gratuitos, más irá menguando el mercado capitalista hasta acabar ocupando unos nichos limitados donde las empresas rentables solo podrán sobrevivir en los márgenes de la economía. (*Ibidem*: 16).

I la crisi del capitalisme arrossegarà, inevitablement, la crisi de la propietat privada. La tendència al cost marginal zero y la supressió entre la dicotomia entre productors i consumidors restarà raó de ser a allò que havia estat la condició mateixa de possibilitat d'aital distinció, a saber: l'existència d'un mercat en què els propietaris bescanvies béns i serveis, i els assalariats venen la seva força de treball a canvi d'un sou. Però és que, a més, sense uns costos marginals no hi ha plusvàlua a mitjà i llarg termini, i sense plusvàlua la propietat privada, entesa com quelcom que es pot comprar, vendre o llogar i, per tant, extreure'n uns guanys, deixa de tenir sentit. El procés serà lent, feixuc i farcit de tensions, fins i tot d'antagonismes, de conflictes i d'eventuals retrocessos momentanis, però la tendència de fons sembla clara: el declivi del capitalisme implicarà la substitució de la propietat privada que li és inherent i llur substitució pel procomú col·laboratiu:

En el procomún colaborativo, los prosumidores sustituyen a los vendedores y compradores, la libertad de compartir vence a los derechos de propiedad, el acceso cuenta más que la propiedad, las redes sustituyen a los mercados y el coste marginal de crear información, generar energía, manufacturar productos y formar a los estudiantes es casi cero" (*Ibidem* : 171).

## **Economia col·laborativa = expansió de la desregulació neoliberal: Tom Slee**

Si per a Rifkin l'economia col·laborativa suposa una veritable alternativa a la propietat privada inherent al capitalisme, segons Tom Slee succeeix just el contrari: l'economia col·laborativa no només és plenament compatible amb el capitalisme, sinó està servint de pretext per a impulsar-lo en la seva vessant més ultracompetitiva i desregulada; una vessant, a més, en què unes poques grans corporacions acaparen el gruix dels beneficis, mentre que les pèrdues i els efectes adversos són externalitzats al conjunt de la població. En definitiva,

Está propiciando una forma de capitalismo más rigurosa: desregulación, nuevas formas de consumismo legitimado y un nuevo mundo de empleo precario. Se habla mucho de democratización y redes de trabajo, pero lo que se producido es una separación del riesgo (repartido entre los proveedores de servicios y los clientes) respecto de la recompensa, que acaba en manos de los dueños de las plataformas. (Tom Slee. *Lo tuyo es mío: contra la economía colaborativa*, 2015 : 207).

Aquesta realitat contrasta de manera palmària amb una retòrica que apel·la, justament, a valors no mercantils, no econòmics; a les relacions socials, a la predisposició a compartir béns, serveis i experiències en un entorn agradable, espontani, en què en ocasions hi pot haver transaccions econòmiques i en altres no, però on el tracte més humà i la voluntat de fer nous amics i coneguts sempre preval.

La voluntat d'establir lligams socials tot compartint vivències es conjumina amb un segon element clau, gairebé omnipresent, en el discurs legitimador de l'economia col·laborativa: el potencial alliberador d'Internet i de les noves tecnologies en general, que farien possible, per primera vegada en la història de la humanitat, compartir, bescanviar i col·laborar en tota mena d'interaccions socials. El conjunt de la població pot, així, apoderar-se i anar molt més enllà del rol de productor, venedor o consumidor passiu. Ara tothom pot assolir un grau d'autonomia, de llibertat i de capacitat per a ampliar les relacions socials impensables fins fa pocs anys. Es tracta de

Promover una suerte de intercambio que va más allá de las transacciones mercantiles sin más. (Tom Slee, 2015 : 140).

Tant i és així, i tan fort és el potencial d'apoderament atorgat a tothom, que el potencial de l'economia col·laborativa ultrapassa de llarg l'esfera econòmica, o fins i tot aquesta voluntat de fer noves amistats i coneixences amb qui compartir experiències, per a estendre'ls a la política o l'ètica. La pobresa i els grans problemes de la humanitat es poden afrontar amb èxit gràcies a la combinació de la tecnologia més sofisticada, les xarxes socials i la voluntat "emprenedora",

entenent per tal no el mer afany de lucre, sinó la predisposició a fer front a tota mena de reptes i problemes des d'una vessant innovadora i proactiva:

Desde la pobreza a escala mundial hasta las libertades civiles, pasando por la educación y la atención médica, la cultura de Internet ve la combinación de la tecnología y la actitud empresarial como la clave para resolver nuestros mayores problemas. (*Ibidem* : 22).

Tanmateix, la realitat és, segons Slee, ben diferent: certament, Internet i les noves tecnologies en general ofereixen possibilitats inèdites de substituir la centralitat de la propietat privada i les relacions mercantils de compra venda per l'accés col·laboratiu i els intercanvis no comercialitzats, però la dinàmica capitalista actual, amb les grans corporacions tecnològiques volent acaparar majors quotes de mercat, i els mercats financers sempre a la caça de noves expectatives de negoci, ho estronca... tot i que de manera dissimulada: la gratuïtat de molts dels serveis que ofereixen Internet i les xarxes socials amaga, en realitat, la font del negoci, que no és altra que la informació i les dades que, amb cada clic, ofereix tothom que hi navega o hi participa. Unes dades que es poden vendre i generar, així, un negoci lucratiu.

El procés de mercantilització d'un nou servei o recurs "gratuït" opera de la següent manera: en molts casos, els nous serveis es fan, ja d'entrada, pensant en els ingressos que s'obtingran amb les possibilitats de personalització de la venda o lloguer de tota mena de productes o serveis. I tot això gràcies, justament, a la informació, a l'ingent volum de dades que, de manera voluntària o involuntària, tothom ofereix amb cada clic, amb cada pàgina visitada, amb cada *cookie* que segueix el seu rastre a Internet. En altres casos, però, el negoci rau en el rastreig sistemàtic de noves empreses o *start ups* per part d'inversors, atrets pel potencial de negoci que presenta una nova app o servei que sigui ben acollida pel públic. El resultat és que, en els casos més prometedors, alguna gran empresa tecnològica o inversor financer l'adquireix i li canvia la possible naturalesa no comercial, o fins i tot obertament altruista i amb vocació social que podia haver tingut en origen per transformar-lo en quelcom rendible:

Da la impresión de que la apertura es una alternativa al mercado comercial, pero en Internet la apertura coexiste con el mercado [...]. la alteración de los mercados existentes atrae a los que buscan una alternativa al libre mercado y a quienes ven la apertura como una manera de desafiar las alternativas existentes [...] pero la apertura también atrae a los que quisieran crear corporaciones más grandes aún. Los intereses comerciales se han servido una y otra vez del encanto comercial de la apertura como tapadera para sus propios objetivos, sumamente comerciales. El problema estriba en que la apertura no solo crea nuevos mercados y nuevos negocios que sustituyen a los antiguos, sino que tiende a crear mercados menos competitivos y negocios más poderosos. (*Ibidem* : 141—142).

L'economia col·laborativa serviria, en realitat, com a mecanisme per a ampliar el poder de les grans empreses i accentuar la lògica oligopolística que, de facto, domina el gruix de les noves tecnologies i dels principals serveis "gratuïts" que s'hi ofereixen. I, de pas, com a coartada ideològica per a millorar la imatge de marca apel·lant a valors no comercials. Els exemples es multipliquen —Google a Internet, Whatsapp en l'àmbit de la missatgeria, Airbnb en el lloguer turístic de tot tipus d'allotjaments...—, però, més enllà de les especificitats de cada empresa i àmbit, hi ha un factor comú, una causa de fons. La tendència vers els costos marginals nuls fa possible que la incorporació de més usuaris i sectors no impliqui més despeses; ans al contrari, genera més publicitat, més volum de negoci amb les dades personals:

Los costes fijos y los costes marginales nulos son el "punto de partida" de los productos que contienen información, así que los entornos digitales se caracterizan por un rendimiento creciente: cuanto más grande eres, más grande te vuelves. Los mercados tienden al oligopolio, constituido por unas pocas grandes firmas. (*Ibidem* : 143).

Uns rendiments creixents afavorits per un dels trets més destacats de l'economia col·laborativa. I és que, bo i estar en mans d'unes poques i poderoses corporacions, les despeses fixes, especialment en personal, són mínimes. Gairebé totes les accions i totes les gestions són externalitzades. Amb el pretext d'actual com a mers mitjancers entre proveïdors i usuaris, les grans corporacions s'abstenen de tenir cap relació laboral amb les persones que duen a terme la feina ni d'adquirir cap compromís amb els usuaris. Els guanys són privatitzats; els costos i inconvenients, en canvi, s'externalitzen:

La promesa de una alternativa más personal a un mundo corporativo está propiciando, en cambio, una forma de capitalismo más rigurosa: desregulación, nuevas formas de consumismo legitimado y un nuevo mundo de empleo precario. Se habla mucho de democratización y redes de trabajo, pero lo que se ha producido es una separación del riesgo (repartido entre los proveedores de servicios y los clientes) respecto de la recompensa, que acaba en manos de los dueños de las plataformas. (*Ibidem*, 2015 : 207).

Per últim, la tendència oligopolística es veu afavorida per la difuminació entre les esferes econòmiques i no econòmiques, entre l'esfera pública i privada. Així, l'afany de lucre entra en simbiosi creixent amb el lleure, les aficions, l'amistat o qualsevol altre àmbit. A Internet i a les xarxes, tots ells conflueixen. I, en fer-ho, s'obre la porta a que qualsevol afició, sentiment de pertinença, estil de vida o valor es converteixi en un àmbit susceptible de generar negoci. La lògica mercantil, bo i dissimulada en nom d'altres principis i valors, és, en realitat, més present que mai.

## Economia col·laborativa i capitalisme de plataformes: Nick Srnicek

Srnicek comparteix l'afirmació que el gruix de l'economia actual, lluny de suposar una alternativa al capitalisme, impulsa i catalitza la seva expansió en la versió més neoliberal i desregulada. Tanmateix, ofereix una explicació diferent sobre el context i els factors de fons que hi ha al darrera.

Al seu llibre *Capitalismo de plataformas*<sup>209</sup>, Srnicek critica les tesis que afirmen que les transformacions tecnològiques i organitzatives actuals —auge de les tecnologies de la informació i la comunicació, globalització, economia col·laborativa, nova revolució industrial de la mà de l'Internet de les coses, et.— suposen o bé la fi del capitalisme, o bé la seva transformació integral. De fet, els dos trets bàsics del capitalisme, que són l'acumulació de guanys com a objectiu bàsic i l'existència de mercats basats en la competència, romanen, segons ell, invariables. El que sí està canviant, i de forma substancial, és la manera en què avui es duu a terme el gruix d'aquesta acumulació de capital: com a resultat de la crisi del model clàssic d'acumulació capitalista que té lloc durant la dècada dels 70 del segle passat, forçant així la substitució d'un model fins aleshores basat en la producció manufacturera a gran escala i en l'ús intensiu de la mà d'obra:

Seguimos viviendo en una sociedad capitalista en la cual la competencia y la búsqueda de ganancia proporcionan los parámetros generales de nuestro mundo. Pero los setenta crearon un gran cambio en estas condiciones generales, alejándose del empleo seguro y los gigantes Industriales [...], virando hacia el trabajo flexible [...], abandonando su base manufacturera y girando hacia un keynesianismo financiero. (Nick Srnicek. *Capitalismo de plataformas*, 2018 : 36-37).

I, per tal de revertir aquesta caiguda de guanys, el capitalisme ha aprofitat les potencialitats de les noves tecnologies per a fer de l'extracció, el tractament, l'anàlisi i l'aplicació de les dades la font principal per a captar nous clients i augmentar la plusvàlua, però també el fonament de nous models organitzatius més flexibles, dinàmics i descentralitzats:

Con una prolongada caída de la rentabilidad de la manufactura, el capitalismo se volcó hacia los datos como un modo de mantener el crecimiento económico [...]. En el siglo XXI, sobre la base de cambios en las tecnologías digitales, los datos se han vuelto cada vez más centrales para las empresas y su relación con trabajadores, clientes y otros capitalistas. (Nick Srnicek, 2018 : 13).

---

<sup>209</sup> Publicat en castellà a Buenos Aires per l'editorial Caja Negra l'any 2018. La versió original, titulada *Platform capitalism*, fou publicada el 2017 a Cambridge per l'editorial Malden, tot i que també està disponible a la xarxa en PDF, en una versió lliure de drets d'autor.

Més concretament, l'extracció, anàlisi i tractament de les dades tenen un rol cabdal en l'economia actual perquè

Habilitan la coordinación y deslocalización de los trabajadores, permiten la optimización y la flexibilidad de los procesos productivos; hacen posible la transformación de productos de bajo margen en servicios de alto margen; y el análisis de datos es en sí mismo generador de datos, en un círculo virtuoso. (Nick Srnicek, 2018: 44).

Ara bé, el model empresarial clàssic, basant en la concentració vertical i en la propietat privada dels factors de producció, no serveix; és, fins i tot, disfuncional. Cal un nou model més flexible, descentralitzat i innovador, que permeti obtenir el màxim de guanys i de poder sense haver d'acumular actius i propietats físiques. Doncs bé, la plataforma és aquest model.

Una plataforma és una infraestructura digital que fa d'intermediari entre una pluralitat de grups, empreses o individus, fent possible que interactuïn i intercanviïn tota mena de béns i serveis, ja siguin físics o virtuals, però també que cooperin en crear-ne de nous o modificar-ne el disseny i els trets. Per tant, al valor de fer d'intermediàries cal sumar-hi el valor que es deriva dels avenços en innovació i productivitat que permet la plataforma. I tot això gràcies, justament, al programari i als algoritmes que fan possible un tractament adient i intel·ligent d'enormes volums de dades:

Las plataformas son infraestructuras digitales que permiten que dos o más grupos interactúen. De esta manera se posicionan como intermediarios que reúnen a diferentes usuarios: clientes, anunciantes, proveedores de servicios, productores, distribuidores e incluso objetos físicos. Casi siempre, estas plataformas también vienen con una serie de herramientas que permiten a los usuarios construir sus propios productos, servicios y espacios de transacciones. (*Ibidem* : 45).

I, en base a l'enorme flexibilitat i la capacitat de ser, en tant que intermediàries i promotores de la innovació, presents en diversos llocs i sectors econòmics, els efectes de xarxa es multipliquen: com més gran és el nombre d'usuaris i de dades de què disposen, més interès tindran les empreses en fer ús dels seus recursos, més ingressos obtindran per publicitat i venda de dades i, en definitiva, més valor adquireix la plataforma. Cosa que, al seu torn, la fa encara més atractiva. El resultat? La tendència a la concentració, a l'oligopoli. Una anàlisi, per cert, plenament coincident amb la que fa formula Tom Slee.

Tanmateix, l'enorme poder que algunes plataformes assoleixen queda totalment dissociat de la propietat d'actius físics (terrenys, factories, maquinària, plantilla). No fabriquen, ni venen, ni distribueixen directament. Ni, sobretot, tenen grans volums de mà d'obra. Es desentenen totalment de les responsabilitats inherents a la propietat i a la direcció dels processos productius,

incloent, evidentment, la gestió dels recursos humans. Això sí: posen les regles del joc i són propietàries de l'actiu principal —les dades, i tot el software i la infraestructura necessàries per a treure'n el màxim profit—. Conserven, doncs, el control i el poder; de fet, en tenen encara més que en el capitalisme anterior:

Tienen predominancia sobre la fabricación, la logística y el diseño, dado que proporcionan el paisaje básico en el que opera el resto de la industria. Posibilitan un cambio de productos a servicios en varias nuevas industrias, haciendo que hubiera quien declarase que se terminó la era de la propiedad. Pero seamos claros: esto no es el fin de la propiedad, sino más bien la concentración de la propiedad. (*Ibidem* : 86).

Però que el tractament i l'explotació de les dades sigui el principal actiu de les plataformes té, també, una altra derivada: la convergència entre dues lògiques abans diferenciades, a saber: la lògica de la maximització dels beneficis, d'una banda, i la lògica del control i la vigilància, de l'altra. Les dades, convenientment complementades amb tota mena d'enginys de vigilància (càmeres, sensors, eines biomètriques...) i amb els algoritmes adients, serveixen, alhora, per vendre tota mena de béns i serveis personalitzats i per la vigilància de la població arreu i a tothora:

Las actividades de los usuarios y de las Instituciones [...] se convierten en una materia prima que puede ser refinada y utilizada por las plataformas de distintas maneras [...]. En la economía digital hay una convergencia de vigilancia y actividad lucrativa. (*Ibidem* : 55—56).

En aquest punt hi ha un contrast significatiu amb la tesi, ja examinada, de Byung-Chul Han, segons la qual la lògica de la vigilància de l'individu es veu, avui, substituïda per l'autovigilància i l'autoexplotació. I és que, segons Slee, la vigilància augmenta, i ho fa exponencialment. En tot moment i en tots els àmbits. Això sí, amb algunes diferències significatives amb els mecanismes descrits per Foucault: a diferència del que succeïa als segles XIX i durant la major del XX, ara l'objectiu no és l'estandardització dels cossos i les ments, sinó el seu canvi continu, a fi i efecte d'augmentar-ne el rendiment cada dia més. Allò que compta, ara, és el tractament intel·ligent de dades per a cercar nous models de negoci i, de pas, afavorir el sorgiment de subjectivitats en continuat procés de millora que, a més, es vigilen mútuament.

### **Barreja de lògiques econòmiques i de règim de propietat: Lawrence Lessig**

Fins ara hem pogut contrastar dues visions ben contraposades sobre l'economia col·laborativa: la que la veu com una alternativa a la propietat privada i al capitalisme (Jeremy Rifkin), i la que considera que és sinònim d'accentuació de la lògica capitalista, en tant en quant afavoreix la concentració quasi monopolista del mercat i dels beneficis al mateix temps que



precaritza les relacions laborals i externalitza el gruix dels costos econòmics, socials i mediambientals. Tanmateix, a l'economia actual, i molt en especial a Internet i el món digital, coexisteixen lògiques i formes de propietat diferents. De fet, aquesta coexistència de lògiques diferents, de dinàmiques, formes de funcionament i objectius diversos, també es fa extensible a l'interior de cadascuna d'elles, si més no, dins l'anomenada economia col·laborativa. És en aquest sentit que el llibre de Lawrence Lessig titulat *Remix: cultura de la mezcla y derechos de autor en el entorno digital*<sup>210</sup>, pot aportar elements clarificadors de molta utilitat.

Segons Lessig, a Internet una part important de l'activitat que s'hi duu a terme és de caire netament comercial. Altrament dit, tota mena d'empreses, grups i individus intercanvien béns i serveis mitjançant un seguit de transaccions econòmiques, tal i com s'ha vingut fent des de la consolidació del capitalisme. De fet, més que mai abans, ja que l'economia digital obre la porta a nos sectors, noves modalitats de negocis... i noves dinàmiques de funcionament, on hi entren, i de manera destacada, diverses formes de col·laboració que, lluny de ser antagòniques amb la competència i amb l'afany de lucre, n'esdevenen un complement bàsic, un ingredient essencial per a millorar la productivitat i la competitivitat. Bàsicament, perquè permeten externalitzar multitud de tasques, recollir dades i coneixements i establir una xarxa útil de contactes. Amb tot, dins d'aquesta àmbit crematístic, la presència de la col·laboració té un ús merament instrumental, facilitat pel fet que:

A medida que caen los costes de transacción, igualándose todas las cosas, caerá igualmente la cantidad de artículos producidos dentro de una empresa. En esta situación, la empresa recurrirá cada vez más a la subcontratación, enfocando su labor interna a aquello que puede hacer mejor. (Lawrence Lessig. *Remix: cultura de la mezcla y derechos de autor en el entorno digital*, 2012 : 177).

Tanmateix, aquesta no és tota la realitat. Hi ha, també, una nova modalitat d'intercanvi basada no en els guanys, no en un sistema de preus, sinó en la voluntat d'establir i/o consolidar vincles socials de caire no crematístic, de compartir aficions, idees i tendències sense esperar a canvi una remuneració:

Si en las economías convencionales los precios son la fuente primaria de información sobre, y de incentivo para, la asignación de recursos, en las economías de compartición las relaciones sociales no basadas en precios desempeñan esos roles. (Lawrence Lessig, 2012 : 183).

En principi, ambdues lògiques són incompatibles. En el primer cas, prima l'afany de lucre; en el segon, una barreja entre altruisme i voluntat de teixir lligams socials, uns lligams que es veurien

---

<sup>210</sup> Traduit al castellà per Icaria (Barcelona) l'any 2012

negativament afectats si es barregeixin amb l'interès pecuniari. No obstant això, cada cop hi ha més empreses que recorren a una combinació d'ambdues lògiques:

Las economías comerciales construyen valor con el dinero en su núcleo. Las economías de compartición lo hacen ignorando el dinero. Ambas son críticas tanto para la vida en internet como para la vida fuera de ella [...]. Ahora bien, entre estas dos economías existe una tercera cada vez más importante: una que se basa tanto en las economías de compartición como en las comerciales, y que añade valor a ambas. Este tercer tipo —la economía híbrida— dominará la arquitectura en la red. (*Ibidem* : 217).

Aquest fenomen es dona no només amb vistes a estalviar costos, ni tan sols per arribar, d'una manera dissimulada, a comunitats virtuals a les quals no podrien fer arribar les seves propostes si recorreguessin només a fórmules crematístiques, sinó també, i sobretot, perquè les empreses són cada vegada més conscients que el seu èxit passa per la innovació i la diferenciació, i que ambdues precisen de la col·laboració entre subjectes de diferents cultures, aficions i tarannà, però també, i sobretot, entre persones que treballen mogudes per diferents propòsits i objectius; en molts casos, no necessàriament pecuniaris:

Lo que se requiere no es solo, o incluso no necesariamente, diversidad racial sino diversidad de experiencias y concepciones del mundo con vistas a ayudar a que el proyecto cubra los puntos ciegos inherentes a cualquier punto de vista particular. (Lawrence Lessig, 2012 : 203).

A més, la creixent presa de consciència de l'actiu —intangible però ben real— que pot tenir recórrer a determinades fórmules de l'economia col·laborativa, també està fent que un creixent nombre de corporacions facilitin l'accés lliure al fruit d'algunes de les seves recerques i innovacions, amb l'espera que altres les millorin<sup>211</sup>. I, de pas, amb vistes a guanyar imatge entre les diverses comunitats d'usuaris.

La propietat privada, entesa com un actiu que només qui en té la possessió pot gaudir, està donant pas a una realitat molt més matisada, en què l'accés lliure, especialment en l'àmbit de la creativitat intel·lectual, com ara el software lliure, pot redundar en una millora de la imatge i del capital social de l'empresa, en possibilitats de recollir aportacions talentoses que no s'haurien pogut recollir en cas de mantenir els drets exclusius de possessió i, en definitiva, en majors beneficis.

---

<sup>211</sup> Aquesta és una tesi clarament coincident amb l'estudi empíric sobre les diferents fórmules organitzatives i jurídiques que està prenent l'economia col·laborativa segons l'estudi dirigit per Rodríguez Piñero, Royo; Hernández Bejarano, Macarena (dir.). *Economía colaborativa y trabajo en plataforma: realidades y desafíos*. Albacete: Bomarzo, 2017.

## **Comú = gestió democràtica conjunta + reciprocitat: Laval i Dardot**

Després d'haver dedicat diversos llibres a bastir una genealogia crítica del neoliberalisme, Christian Laval i Pierre Dardot argumenten al seu llibre *Común: ensayo sobre la revolución en el siglo XX*<sup>212</sup> que allò comú reuneix tots els requisits per a convertir-se en el principal impulsor i catalitzador d'una alternativa radical al neoliberalisme, en el vector d'una veritable revolució que és, alhora, conceptual i social, teòrica i pràctica:

Lo “común” se ha convertido en el principio efectivo de los combates y los movimientos que, desde hace decenios, han resistido a la dinámica del capital y han dado lugar a formas de acción y a discursos originales. Lejos de ser una pura invención conceptual, es la fórmula de los movimientos y las corrientes de pensamiento que quieren oponerse a la tendencia principal de nuestra época: la extensión de la apropiación privada a todas las esferas de la sociedad, de la cultura y de la vida. (Christian Laval i Pierre Dardot. *Común: ensayo sobre la revolución en el siglo XXI*, 2015 : 21).

Fins a quin punt allò comú constitueix realment la “fórmula” dels moviments que s'oposen al capitalisme i esdevindrà o no una alternativa viable a aquest sistema és quelcom que queda fora de l'abast d'aquesta recerca, però sí que resulta útil posar de manifest la visió d'ambdós autors sobre allò que és pròpiament “comú” i la diferència radical que estableixen amb les diverses fórmules d'ús del coneixement compartit lliurement per part d'empreses i plataformes.

Un propòsit, d'altra banda, que és ben palès en aquesta obra. Els seus autors remarquen que abans demostrar el seu potencial alliberador del “comú” cal primer esbrinar-ne l'essència i el significat real, i dediquen bona part de l'obra a aquest objectiu. I és que Laval i Dardot són plenament conscients que, sota la denominació d'allò “comú” s'hi engloben diversos significats possibles, i consideren que alguns d'ells el desvirtuen profundament, dificultant així tota possible comprensió sobre la seva naturalesa i abast. És per això que el llibre dedica moltes pàgines a una exhaustiva tasca de genealogia, a identificar-ne l'origen i l'evolució, tant a nivell etimològic com a nivell històric. Es tracta d'una tasca que excedeix clarament l'abast i els objectius de la present recerca, motiu pel qual no hi entrarem. Tanmateix, sí paga la pena centrar-nos en tres possibles focus de malentesos que, per llur vigència i abast, entren de ple en la temàtica aquí abordada.

El primer factor que pot desvirtuar-ne el significat és creure que allò comú és sinònim de propietat estatal. Es tracta d'un malentès greu perquè l'estatus jurídic de titularitat pública equival, a la pràctica, a circumscriure el control d'aquest tipus de béns, recursos o serveis a mans d'una burocràcia complexa que obeeix les directrius de les jerarquies de poder estatals. La

---

<sup>212</sup> Editat a Barcelona per Gedisa; l'original francès —*Commun, Essai sur la révolution au XXIè siècle*— fou publicat a Paris per l'editorial La Découverte l'any 2014.

titularitat pública, doncs, ni afavoreixen la implicació social ni respon als interessos i demandes genuïnament populars. Ans al contrari, sovint serveixen per a justificar formes de dominació i control.

El segon factor és creure que allò comú es deriva dels trets de determinats béns i recursos que, per llur naturalesa, no es poden o no s'han de privatitzar, sinó que és millor compartir perquè el seu ús i consum és indivisible, és a dir, poden ser emprats per qualsevol sense que en minvi la quantitat o la qualitat. L'aire, el mar, l'enllumenat dels carrers o les places públiques en serien exemples paradigmàtics. La conseqüència òbvia d'aquest postulat és que tota la resta —tots els béns i recursos “excloents”, és a dir, que són limitats, de manera que el seu ús i consum per alguns va en detriment del seu ús i consum d'altres persones—, ha de ser d'ús i possessió privat.

Tanmateix, el factor de confusió més important avui dia és el que es deriva de l'ús del coneixement lliure o compartit per part del capitalisme cognitiu. Segons Laval i Dardot, el management capitalista actual ha manllevat el significat i abast del terme “comú”, tot desvirtuant-lo. Conscients de la seva utilitat potencial, de la gran quantitat d'informació, idees o creacions de valor cultural i artístic que avui escapen a la lògica del mercat i que cada cop més persones i grups decideixen compartir lliurement i de manera gratuïta, el capitalisme actual se n'aprofita. Copyleft, programari lliure, opensource, Wikipedia i un llarg etcètera, són, cada dia més, un bast i valuós recurs cognitiu, d'on extreure un munt de dades, però també possibles millores, nous productes i serveis. Més encara, cada cop més empreses apel·len al talent, al “capital cognitiu” de proveïdors, clients i treballadors per a que participin en la creació conjunta de coneixement, en la innovació i la creativitat, amb l'esperança d'obtenir avenços que es tradueixin en una millora competitiva. I, de pas, guanyar legitimitat com a empreses (suposadament) obertes i participatives. Ras i curt: oferir al mercat nous i més competitius productes i serveis, incrementar l'eficàcia i l'eficiència en tota la cadena productiva i, a sobre, millorar la imatge de marca. To això, a un cost virtualment nul<sup>213</sup>.

Especialment rellevant és, en aquest sentit, l'ús —gairebé sempre selectiu— del coneixement lliure i compartit per a crear “comunitats” d'usuaris i clients. Mitjançant l'ús compartit de dades, notícies, idees i aportacions de tota mena, es busca fugir de la dicotomia tradicional entre productor i consumidor —entès, aquest darrer, com algú que es limita a triar una opció d'entre

---

<sup>213</sup> Matthieu Lietaert arriba a conclusions semblants. Segons exposa al seu llibre *Homo cooperants 2.0: por una economia col·laborativa desde el cooperativismo* (Barcelona: Icaria, 2017), moltes grans corporacions s'aprofiten de la bona imatge de l'economia col·laborativa per configurar un model de negoci que no només és profundament capitalista, sinó que, a més, aprofundeix en la desregulació i la desprotecció de les persones que hi treballen i participen, tot externalitzant costos i acaparant els guanys. I, com a resultat d'aquest diagnòstic, també coincideix en la necessitat de definir, perfilar, acotar i regular aquesta nova modalitat, si bé les seves propostes es centren més en la reivindicació del moviment cooperatiu, sense arribar a perfilar un model teòric tan clarament definit com el Pierre Dardot i Christian Laval.

un ventall prèviament determinat— per guanyar-se la confiança i l'adhesió que només la involucració activa pot proporcionar. Compartir coneixement esdevé, doncs, una eina cabdal en el màrqueting empresarial. Mitjançant el pas del consumidor passiu al prosumidor que, a més, se sent membre d'una comunitat, el client potencial esdevé un membre actiu d'un col·lectiu i satisfà, així llurs necessitats d'establir lligams socials:

La empresa ya no solo tiene que seducir a un mercado hecho de átomos pasivos que no se conocen ni intercambian entre ellos, debe construir un “capital-cliente”, es decir, una comunidad de consumidores invitados a entrar en universos de marcas, a participar en la definición de los productos, a convertirse en coproductores de la innovación [...]. Tal es el recurso del *crowdfunding*, que se basa en la colaboración gratuita y espontánea de los usuarios para evaluar los productos, para proponer los productos nuevos o mejorar los servicios de venta o posventa. (Christian Laval i Pierre Dardot, 2015 : 206).

Tanmateix, cap d'aquestes ofertes, per més seductores que siguin i per més que apel·lin a l'altruisme, l'intercanvi lliure i gratuït, la voluntat d'establir lligams socials o a qualsevol altre referent ètic o social, mereix el qualificatiu de “comú”. No en comparteixen l'essència ni el fons i, lluny d'esdevenir una alternativa al neoliberalisme, suposen obrir-li l'entrada a nous àmbits que fins ara no havien estat colonitzats pel mercat. I no en comparteixen l'essència perquè cap d'aquestes opcions contempla la genuïna participació compartida, la participació democràtica i la reciprocitat, és a dir, justament els trets cabdals i indefugibles d'allò comú. Al capdavall, aquesta darrera modalitat, segons insisteixen ambdós autors, no deriva ni de la naturalesa del recurs, bé o servei, ni de l'intercanvi de dades i imatges a les xarxes, ni el l'ús de programari lliure de drets d'autor, sinó que és una activitat, una manera de gestionar i actuar on l'element bàsic és que tothom participa en la seva gestió integral:

Lo común debe ser pensado como una co-actividad, no como una co-pertenencia, co-propiedad o co-posesión. (Ibídem : 57).

Una activitat que es tradueix en la creació d'un nou subjecte col·lectiu radicalment oposat al subjecte atomitzat, individualista i ultracompetitiu del neoliberalisme:

Solo la actividad práctica puede hacer que las cosas se vuelvan comunes, del mismo modo que solo esa actividad práctica puede producir un nuevo sujeto colectivo. (Ibídem : 58).

Un nou subjecte que s'articula a través d'aquesta implicació activa, però també, i al mateix temps, a través de la reciprocitat, car allò comú implica

Cierta obligación de reciprocidad ligada al ejercicio de responsabilidades públicas. [...] El término “común” es particularmente apto para designar el principio político de una

coobligación para todos aquellos que están comprometidos en una cierta actividad. (*Ibidem* : 29).

És en virtut d'aquests trets, del comú entès com un model integral de gestió compartit, coparticipatiu, igualitari, democràtic i basat en la reciprocitat, que els autors el consideren com l'autèntica i única alternativa viable avui dia al capitalisme. Una alternativa l'abast de la qual no es circumscriu només a l'àmbit econòmic, sinó que, en virtut de la seva capacitat de generar nous subjectes col·lectius capaços de substituir l'individualisme atomitzat imperant, es fa extensible també a l'àmbit social, polític i cultural, i fins i tot el psicològic. Del que es tracta, en definitiva, és de contribuir a crear una nova societat i un nou model del jo.

## RECAPITULACIÓ: DIVORCI ENTRE POSSESSIÓ, PROPIETAT I PODER

### **El nou *trending topic*: desprendre's d'allò poc útil i adquirir els actius més valuosos**

Si una cosa ha quedat clara de l'anàlisi dels autors precedents és que el concepte d'economia col·laborativa està lluny de ser clar i unívoc. Molt lluny, en realitat. El seu abast i significat són objecte de tota mena de controvèrsies. Això no succeeix, aparentment, pel que fa a la propietat. Sembla que el seu significat, usos i abast són bastant clars. Tanmateix, una lectura més atenta i, sobretot, una lectura que tingui en compte els diferents fenòmens aquí analitzats, revela que la realitat és ben diferent. Més concretament, revela fins a quin punt ha anat canviant tot allò que entenem per propietat, i sobretot l'ús que en fem i els casos en què la lògica econòmica i l'imaginari social dominant aconsella adquirir-la, llogar-la o vendre-la. Un canvi —més ben dit, un seguit de canvis— que ara s'estan accelerant.

Evidentment, l'augment dels cicles de producció i obsolescència (David Harvey, 2007, 2012) són un factor a tenir en compte a l'hora d'entendre el perquè la propietat ha deixat de ser sinònim de continuïtat, solidesa i permanència. Amb tot, aquest és un canvi més quantitatiu que qualitatiu, en tant en quant no altera substancialment el seu significat bàsic. A la llum del que s'ha pogut examinar, sembla més important el pes de l'auge del capitalisme financer, tal i com posen de relleu el mateix Harvey i Nancy Fraser i Rahel Jaeggi (2018). Si recordem el que afirmen, trobem que el fet que una part creixent de les empreses de tota mena de sectors estiguin passant a mans de fons d'inversions fa que gairebé desaparegui qualsevol tendència a aferrar-se a determinades possessions (terres, locals...) per motius personals o familiars. La nissaga familiar obsedida en transmetre un patrimoni físic cedeix el pas a inversors anònims a la recerca de la màxima rendibilitat a curt termini. Això, per si sol, no porta necessàriament a una disminució de la rellevància de la propietat en favor del lloguer, l'accés o l'economia col·laborativa, però sí que porta a vendre-la o llogar-la tant bon punt els estudis de mercat n'indiquin la conveniència. I també comporta que, en no haver-hi perspectives a llarg termini ni voluntat de transmissió familiar, la propietat sigui l'opció escollida si, i només si, resulta més rendible a curt i (a tot estirar) mitjà termini que el lloguer o alguna fórmula d'accés.

D'altra banda, però, l'auge de l'economia financera, afavorida per les noves tecnologies de la informació i per la desregulació financera duta a terme a partir dels anys 80 i 90 del segle passat, així com la proliferació de nous i més sofisticats productes financers, està afavorint la tendència contrària, és a dir, l'adquisició a gran escala de tota mena d'actius i, molt en particular, de béns immobles. Semblantment, les contínues compres i fusions empresarials demostren que, contràriament al que pugui semblar a primera vista, la propietat d'actius empresarials està ben

lluny de ser quelcom obsolet; és, ben al contrari, una tendència que va a més a mesura que avança el capitalisme financer.

No menys significativa resulta el paper i la incidència de la tendència oligopolística inherent al nou model empresarial i, en especial, a les plataformes tecnològiques (Nick Srnicek, 2018). A diferència del model clàssic de negocis, el creixement d'aquestes organitzacions es tradueix en un autèntic "cercle virtuós" —a usuaris i més clics, major nombre de dades recopilades i més publicitat; per tant, més ingressos, que assegurin una millor prestació del servei, cosa que, al seu torn, atrau més públic, que assegura més ingressos, i així successivament—, que fa que l'increment de la grandària es tradueixi en molts més guanys... i en poques despeses addicionals, atès que la major part dels costos, inclosos els de la mà d'obra, han estat externalitzats. És des d'aquest rerefons que cal entendre el perquè de les compres —la propietat, doncs— d'aquelles empreses i *startups* més prometedores, fins i tot *abans* que generin beneficis. En l'economia més innovadora, la propietat vertical, la concentració de la cadena de producció i de valor en unes poques grans naus amb molt ús de personal, terrenys i recursos, és un anacronisme, però la mida —entesa com el percentatge de volum de clics i de facturació en mans d'uns mateixos propietaris— importa. I molt.

Per últim, el pas d'un capitalisme centrat en la producció i venda a gran escala de mercaderies estandarditzades a un altre enfocad a la informació i el coneixement (Manuel Castells, 2003) i on fins i tot la producció i venda de béns físics es vehicula, de manera creixent, a través de símbols i referents culturals —en especial, a través de la marca (Naomi Klein, 2011), en tant que signe que fa de transmissor i catalitzador d'uns referents i d'uns valors associats no a un producte físic, sinó a un munt de mercaderies, serveis, dades i altres intangibles que ven una empresa o entitat jurídica que, sovint, no és qui les elabora—, contribueix de manera decisiva a que cada cop més grans corporacions deslliguin el seu model de negoci de la propietat dels factors de producció; és a dir, de la mà d'obra, les fàbriques, tallers o oficines i les eines i maquinària necessàries. Tot això, ara, es pot externalitzar. És més barat, més funcional, estalvia costos i, sobretot, estalvia responsabilitats.

Estem, doncs, una ambivalència clara: per un costat, la financiarització de l'economia, combinada amb la irrupció de les noves tecnologies i l'èxit d'un model de gestió empresarial basat en l'externalització de processos (i de costos) o, encara millor, en fer d'intermediaris entre clients i proveïdors, afavoreix opcions com el lloguer o el pagament de quotes per a accedir a un bé o servei en comptes de la propietat, ja que, en termes generals, aquestes modalitats permeten estalviar costos fixos sense que el model de negoci, la capacitat de control sobre tota la cadena de valor o el poder de la corporació o entitat es vegi afectat negativament. Per l'altra costat, però, aquesta mateixa financiarització, sumada a la casuística dels nous models de negocis que basen la



seva activitat en les noves tecnologies, fomenten les fusions empresarials, les adquisicions i la compra d'empreses emergents, béns immobles ubicats en llocs estratègics i, en general, de qualsevol actiu que comporti poques despeses fixes —i, molt en especial, poques despeses de personal contractat— i que permeti maximitzar les opcions d'incrementar els beneficis i apujar la cotització de les accions.

### **Adquirir ja no rima amb posseir**

Ambdues tendències, bo i ser contradictòries, comparteixen un tret: la progressiva desvinculació de la propietat amb la possessió, entesa com l'ús i/o el gaudi privatiu d'allò que hom té. Cada cop és més freqüent que els propietaris d'una empresa, un bloc sencer d'edificis o unes finques rurals siguin inversors —individuals o col·lectius— anònims que no hi tenen cap vincle personal o sentimental i que, en la major part dels casos, ni tan sols les coneixen. Certament, la propietat moderna ha estat, des del primer dia, un constructe jurídic i social, un artifici que sovint ha anat molt més enllà de l'ús o la possessió física i presencial d'un producte, un terreny o un immoble, però mai com ara hi havia hagut una diferència tan radical entre la propietat jurídicofiscal i el gaudi, l'ús o, simplement, el coneixement d'allò que hom posseeix.

Si passem ara de la perspectiva de l'empresa a la de l'individu, veiem que la figura del jo dominant, el model de referència a què apunten les tendències econòmiques, socials i culturals imperants és la de l'emprenedor (Christian Laval i Pierre Dardot, 2013, Wendy Brown, 2016), caracteritzat, com ja hem tingut ocasió de veure, pel seu dinamisme, per la seva voluntat no d'adaptar-se merament a l'entorn sinó de configurar-lo, de fixar les seves pròpies metes, de cercar solucions originals, de transformar la realitat que l'envolta però també, i molt especialment, a si mateix, al seu jo. Autoanàlisi, autovigilància i fixació de nous objectius cada dia més ambiciosos: aquests són els tres que el caracteritzen. O, si més no, els trets en els quals s'inspira i s'emmiralla. Per descomptat, l'emprenedor competeix, arreu i amb tothom —inclòs, i de manera molt especial, amb si mateix—, i fa constants càlculs de costos i beneficis<sup>214</sup> abans de prendre qualsevol decisió. Tanmateix, també és algú amatent a crear xarxes socials, dins i fora del lloc de treball. Algú predisposat a col·laborar en projectes, generalment a curt termini. D'entrada, perquè l'emprenedoria passa, necessàriament, per tenir una xarxa de relacions socials permanentment actualitzada, però també perquè, en la línia del que argumenten Ulrich Beck (2016) i Gilles

---

<sup>214</sup> Recordem que el model d'individu de Gary Becker —seguit avui per Steven Leavitt (2006) i Tim Harford (2008), entre d'altres economistes i científics socials i convertit en discurs dominant, fins al punt d'esdevenir una autèntica ontologia del jo— remarca que les persones avaluen constantment els possibles costos i beneficis abans de prendre qualsevol opció, i que ho fan en tots els àmbits i contextos, inclosos aquells que, en principi, no tenen res a veure amb l'economia.

Lipovetsky (2000), l'individu actual no és necessàriament ni únicament una persona egoista bolcada en satisfer els seus impulsos, sinó algú que té una forta inclinació a crear i ampliar vincles, sempre i quan tinguin la gratificació emocional i personal com a referent (com remarca el mateix Lipovetsky) i sempre i quan aquests lligams es puguin desfer tan bon punt una relació determinada ha deixat de ser gratificant o útil (Zygmunt Bauman, 2003).

Doncs bé, és justament des d'aquesta combinació entre cooperació i competició, i entre individualisme i predisposició a mantenir lligams socials —entesos, però, d'una manera flexible, canviant i sempre supeditades a la projecció del jo narcisista— que cal entendre la creixent disposició no només a substituir, allà on convingui, la propietat pel lloguer, sinó també a recórrer a les diverses formes d'economia compartida. I a fer-ho en ambdues direccions, és a dir, a agafar dades, coneixements i recursos diversos, però també a posar els seus a disposició dels altres. D'entrada, perquè l'emprenedor, sempre a la recerca de la innovació i obsedit per diferenciar-se de la resta, pot trobar idees, finançament i recursos d'una forma més ràpida, i per descomptat molt més econòmica, que mitjançant la propietat, però també perquè compartir béns i, sobretot, coneixements és una forma molt útil per a formar o consolidar equips, per a establir formes de cooperació que li resulten, alhora, útils de cara a competir i engrescadores en tant en quant la vocació de l'emprenedoria no s'esgota, tal i com ja hem assenyalat, en la vessant econòmica, sinó que s'estén a diverses activitats socials i culturals. A tall d'exemple, recórrer al *crowdfunding* pot ser una bona alternativa per aconseguir finançament per a un projecte engrescador, però les possibilitats d'obtenir-lo no depenen només de la viabilitat potencial del projecte, sinó que també van lligats a la prèvia capacitat de l'emprenedor per a teixir una xarxa de contactes i coneguts prou ample com per a tenir un "capital social" inicial suficient; altrament dit: necessita una base de potencials persones i institucions disposades a invertir en el projecte. Resulta, però, que aquesta capacitat per a crear una bona xarxa de contactes es veu afavorida, i en no poca mesura, si l'emprenedor en qüestió ha compartit en ocasions anteriors coneixements, recursos i experiències. Un exemple, entre molts d'altres possibles, que mostra que, avui, compartir i competir, tenir afany de lucre i mostrar-se generós, han deixat de ser percebuts com a termes antagònics per passar a ser vistos com quelcom perfectament complementari.

No menys rellevant és la figura del consumidor, sense la qual, tal i com hem apuntat al llarg d'aquesta recerca, no és possible entendre en profunditat el subjecte neoliberal i, concretament, la figura que serveix de catalitzador i exponent de les seves suposades virtuts: la de l'emprenedor. Car, al capdavall, el gruix de les relacions socials, i fins i tot una part cada cop més rellevant de l'activitat productiva, es regeix pels patrons del consum, per la dinàmica client – venedor o proveïdor, per l'anhel d'acumular sensacions i experiències.

Anhel d'acumular sensacions i experiències... però també neguit per mostrar, a tothom i a tothora, el talent, el bon gust, la creativitat i la personalitat. Trets, aquests darrers, que denoten que la figura del consumidor s'està transformant. De ser algú que es conforma amb un producte o servei estàndard a ser algú que exigeix la diferenciació o fins i tot la personalització; de ser algú que busca un bé o servei tangible i útil a ser algú que valora les sensacions i vivències; i de ser algú que es limita a triar productes i serveis d'entre un ventall que les empreses li ofereixen a ser algú que desitja i valora implicar-se en el seu disseny i difusió. En definitiva, estem assistint a la progressiva substitució de la figura del consumidor passiu per la del prosumidor, un procés en què la petjada dels valors tradicionalment relacionats amb la figura de l'artista —recerca de la creativitat, ànim disruptiu, anhel per expressar la seva personalitat en tot allò que té de singular— hi té un protagonisme destacat (Ève Chiapello, 1998; Luc Boltansky i Ève Chiapello, 2002, Gilles Lipovetsky, 2016). En efecte, a mesura que aquesta figura es consolida i esdevé dominant, la relació del subjecte amb allò que consumeix passa a regir-se per l'ideal de l'originalitat, per l'afany de diferenciació, d'expressió de la singularitat que hom porta *dins* seu, i per la seva inequívoca determinació de transformar el jo, de (re)crear-lo. D'on es desprèn que, tant si s'opta per adquirir com si hom prefereix compartir, hom cercarà sensacions experiències i vivències personals; val a dir: que no siguin merament passives, homogènies, automàtiques i previsibles —model acció/reacció—, sinó diferents, genuïnes, originals.

I, des de l'òptica d'aquest nou model d'individu que és, alhora, un emprenedor ultracompetitiu, un consumidor compulsiu i una persona que pretén transformar la realitat i, sobretot, a si mateix, la propietat (o el lloguer) ja no són l'única opció. I menys encara avui, en plena era de les plataformes digitals i el consum virtual. De fet, pagar una quota a canvi d'accés a un nombre donat de productes i serveis pot resultar especialment fàcil, barat i abundant en tot allò que pugui ser digitalitzat i difós a les xarxes sense cap cost marginal. Aquest seria, notòriament, el cas del consum cultural. Música, pel·lícules, sèries, mitjans de comunicació i un llarg etcètera pot ser, i és, consumit majoritàriament a la xarxa. En uns casos, gratuïtament i, per aquells que vulguin gaudir de més experiències sense interrupcions i d'estar al corrent de les novetats, pagant per l'accés a alguna plataforma, en comptes d'haver de comprar. Tant la modalitat gratuïta com la de pagament per accés presenta l'avantatge d'estar disponible quan hom vulgui, des del dispositiu que prefereixi i des del lloc on sigui. I que, quan hom se'n cansa, només cal canviar d'opció amb el cursor. Sense perdre temps, sense cap dificultat, sense perill de deteriorament, sense possibles problemes d'obsolescència. I sense responsabilitats de cap mena. En canvi, la propietat té l'inconvenient que, en general, perd valor econòmic tan bon punt ens en volem despendre.

## De la permanència al clic: desvinculant la propietat de l'espai i el temps

Hi ha, per tant, una confluència de factors que, tant des de l'òptica empresarial com des de la perspectiva del nou subjecte, fan aconsellable alternar i/o compaginar les diverses vies per a accedir a les dades, béns i serveis i de relacionar-se amb els altres i amb un mateix. La propietat, fins fa poc percebuda com un actiu sòlid i com quelcom antagònic amb el mer accés, la lògica de l'intercanvi no monetari i, sobretot, amb la compartició, passa ara a formar part d'un contínuum on el seu significat s'ha alterat profundament. Més concretament, assistim a una progressiva desvinculació entre la propietat i la permanència, entre la propietat i la dimensió espacial i temporal.

Per descomptat, i tal i com ja s'ha vist a la primera part d'aquesta recerca, aital desvinculació és consubstancial al capitalisme, en tant en quant la possibilitat de comprar i vendre propietats ha estat, des de bon començament, un dels seus trets bàsics i una de les fonts principals d'acumulació i obtenció de plusvàlua. La diferència ve donada, d'entrada, per la rapidesa, fins i tot la immediatesa, amb què la propietat pot canviar de mans, així com per la dissolució dels vincles amb el territori, amb l'espai —els principals fons d'inversió estan comprant i venent tota mena d'actius en qualsevol lloc del món i en qüestió de segons, amb uns pocs clics—. Però també perquè la lògica acumulativa —més propietats = més riquesa i poder = més estatus i prestigi social— ha perdut validesa, ha perdut funcionalitat, tant per al capital i les corporacions com per a l'individu. Tan important, o més, com adquirir béns, terrenys i immobles és saber desprendre-se'n tan bon punt els costos pugin més del compte, hagin deixat de proporcionar-nos bones “experiències” o les opcions dels mercats així ho aconsellin. Al capdavall, allò que compta és l'ús, el gaudi i la bona imatge que puguin donar de l'individu, no pas mantenir-ne la propietat.

Antes, la propiedad tenía prioridad sobre el uso, hoy sucede todo lo contrario, ya que la extensión de crédito ha permitido el paso de una sociedad de acumulación a una sociedad del goce. (Borja Muntadas, 2016 : 174).

I, en aquest marc temporal, tot ha de circular, s'ha poder comprar, vendre, bescanviar, llogar, compartir en règim de copropietat. I ho ha de fer com més ràpid, millor. Això implica que, en molts casos, el lloguer i l'accés a través d'alguna plataforma pot resultar preferible, en termes de rendibilitat temporal, a la propietat.

Cosa que no vol dir que la propietat desaparegui, sinó que canvia de naturalesa i funció. Esdevé quelcom cada cop més abstracte, es “desmaterialitza”, esdevenint un mer document contractual en una pantalla i unes quantes transaccions bancàries. Un conjunt de bits d'informació que passen d'una pantalla a una altra, d'un inversor a un altre, d'un consumidor a un altre, sovint sense que els titulars hagin vist presencialment —i no diguem ja fer-ne ús— allò que “posseeixen”.

Menció a part mereix el diner. Certament, posseir-lo segueix sent essencial; més que mai, de fet. Amb tot, experimenta una mutació considerable: es desmaterialitza, passa a ser, cada vegada més, un bé intangible, en format electrònic, virtual —com ara les criptomonedes, el *bitcoin*— que canvia de mans —més ben dit, de pantalles, de codis de comptes corrents— constantment, les 24 hores del dia i els 365 dies de l'any:

El dinero ya o es material, sino que es transmisión de información en tiempo global e instantáneo. La metáfora del dinero de plástico, el de la tarjeta, como metáfora excelente para mostrar esta doble cualidad del dinero: es información y es electromagnético. (Borja Muntadas, 2016 : 285).

Així doncs, allò que el dispositiu-temps actual prioritza no és l'*acumulació* clàssica de diners, sinó la capacitat per gestionar una cartera diversa i heterogènia d'actius financers en permanent circulació, sempre a la recerca del màxim rendiment.

### **Divorci (amb alguna excepció) entre poder i propietat**

En concordança amb el punt anterior, i com a rerefons de la progressiva desvinculació entre propietat i ús i entre propietat i nexa espacial i permanència temporal, assistim a la creixent fissura entre poder i propietat. L'acumulació de bona part dels actius que abans eren sinònim de fortuna i poder, de prestigi i control, ha deixat de ser útil. Això sí, amb la important i significativa excepció dels actius immaterials —dades, coneixement, I+D, algoritmes— i de tot el que es presti a operacions especulatives altament volàtils, com ara l'adquisició de béns immobles per part de fons d'inversió transnacionals. Mentre hom tingui o bé el gruix del capital o bé el programari, els algoritmes i el coneixement suficients, hom pot tenir poder —és a dir, pot no tan sols vigilar i controlar tota mena d'accions, des de processos productius a l'evolució de la demanda o el preu d'un bé, sinó també generar noves pautes<sup>215</sup>, noves actituds, nous processos de construcció de la identitat— sense necessitat d'adquirir, de posseir béns, maquinària i mà d'obra. La plataforma com a model empresarial dominant, les noves tecnologies i l'externalització sistemàtica de tota mena de processos ho fan possible. I, a més, ho fan desitjable: hom s'estalvia els costos, els compromisos i les limitacions inherents als vincles de dependència derivats de la propietat dels factors de producció i, en especial, de la mà d'obra. Aquest seria el factor subjacent comú al poc interès en acumular propietats de forma persistent i continuada, a la voluntat de substituir l'antic

---

<sup>215</sup> Evidentment, aquesta perspectiva és deutora de l'enfocament de Michel Foucault. Per a ell, l'essència del poder no rau, principalment, en constrènyer, limitar, reprimir, censurar i acotar, sinó en *generar*, en crear noves maneres de pensar, percebre i actuar; en definitiva, en construir noves subjectivitats i noves interaccions socials a partir de la cura d'un mateix. Tal i com s'ha vist en el capítol dedicat a Michel Foucault, una bona exposició d'aquesta concepció la tenim al seu llibre *Vigilar y castigar: el nacimiento de la prisión* (2005), però també *El cuidado de sí* (2005) i a *La voluntad de saber: historia de la sexualidad*. Vol 1 (2012).

món d'objectes fixos que donaven una aparença de solidesa a *l'homo faber* (Hannah Arendt, 1998) per la lògica de la incessant substitució de *l'homo laborans*. I aquest seria el factor clau per a entendre com i perquè, en un moment d'auge i exacerbació de la lògica capitalista, la propietat perd protagonisme en favor d'un munt de fórmules diverses, algunes d'elles sense contraprestació econòmica (visible).

### **Un cas a part: el luxe, entre la propietat d'allò exclusiu i la necessitat de donar a conèixer allò que ens singularitza**

Malgrat tot, el desig de posseir a títol privat determinats béns i serveis segueix ben present. A hores d'ara, ja sabem el perquè de la plena vigència per mantenir la possessió de determinats actius —sistemes de gestió i tractament de dades, fórmules algorítmiques, adquisició d'empreses amb un model de negoci que generi fortes expectatives de beneficis i possibilitats de sinergia, etc.—. Però ens manca encara un altre sector, que obeeix a una lògica diferent: el luxe. Per tant, per a intentar entendre perquè hi ha béns i serveis que encara hom desitja posseir mentre que, paral·lelament, hi ha una creixent tendència a compartir i co-generar coneixements, béns i serveis, en molts casos sense una contraprestació econòmica. Cal, doncs, analitzar altres dimensions del fenomen consumista, que sovint passen més desapercbudes. I que, per cert, prenen en consideració d'una manera més clara la vessant intersubjectiva.

Una d'aquestes dimensions que hem tingut ocasió d'analitzar és la incidència —no només econòmica i productiva, sinó també social i simbòlica— que juga el potent sector del luxe en l'actualitat. Com ja hem tingut ocasió de veure, el consum té una dimensió simbòlica important (Jean Baudrillard, 2009). Més enllà de l'ús, del valor d'intercanvi o fins i tot del plaer i les sensacions que pugui atorgar, una mercaderia, un servei o una activitat és un signe; més ben dit, forma part d'un sistema culturalment estructurat de signes, que permeten identificar l'estatus, les preferències i bona part dels trets de la personalitat. Consumir, doncs, és un acte social, en tant en quant dona molta informació sobre el consumidor i, per tant, esdevé una autèntica carta de presentació de cara als altres. Tenint en compte aquest factor, i considerant que el consum, entès com un conjunt de signes codificats, esdevé un element clau a l'hora d'identificar l'origen social i l'estatus de cadascú (Pierre Bourdieu, 2012), la possessió —i, per tant, una certa exclusivitat— de béns i serveis de luxe serveix d'eina de diferenciació social clau. Tenir una bodega amb vins de collites excepcionals i un vestuari farcit de peces de marca que, a més, hom sap combinar adequadament, són un passaport que dona accés a les esferes socials més elevades. I a l'inrevés: portar roba cara però "ostentosa" i obrir una ampolla d'un vi "mediocre" o que no combina amb l'àpat són factors que barren 'accés, de manera subtil però efectiva, als cercles més selectes.

Tanmateix, el sector del luxe tampoc no és aliè als canvis. La distinció, la identificació de l'estatus i la legitimació de la reproducció de les desigualtats segueixen vigents, però ja no són l'únic element a tenir en compte. El desig de viure sensacions i vivències noves i exclusives (Gilles Lipovetsky, 2004), així com l'afany per demostrar —als altres i a un mateix— la creativitat, el talent, la singularitat, el bon gust... i fins i tot l'inconformisme i la rebel·lia de l'autèntic artista —de la figura que, avui, esdevé el complement ideal de l'emprenedor audaç i ultracompetitiu (Ève Chiapello i Luc Boltansky)— són, avui, impulsors i catalitzadors claus del puixant sector del luxe.

Aquest afany de singularització tan preuat des de la perspectiva estètica confluiria amb el que hem vist sobre diferenciació social per tal d'entendre com i perquè la possessió privada de béns i serveis de luxe segueix plenament vigent, i fins i tot en augment. Una possessió, tanmateix, que ja no es basaria tant en criteris utilitaristes com en tot allò d'intangible que pugui aportar. Car, en funció del que hem pogut veure, aquest sector funcionaria com un factor d'identificació de pertinença a un grup d'estatus —val a dir, com algú que no només té diners, sinó que, a més, pertany a un grup selecte, de gustos i hàbits “refinats”, “elevats” (Pierre Bourdieu, 2012) i, alhora, com un element per a realçar la figura del subjecte en comparació amb altres persones del mateix grup d'estatus elevat (Thorstein Veblen, 2004).

Per tant, les opcions de comprar, llogar, accedir gratuïtament o compartir es diferencien i s'estratifiquen: la recerca de creativitat, d'expressió de l'originalitat, de plaer estètic i del bon gust a l'hora de posseir, adquirir o compartir un bé o servei seria superior entre els grups d'estatus socioeconòmic més alt, i aniria abaixant progressivament a mesura que hom descendeix en l'escala social. Així, si bé el conjunt de la població es veu impel·lida a crear una marca personal per tal de no quedar exclosa de l'esfera productiva i del consum i, al mateix temps, és interpel·lada, seduïda, pel munt de renovades sensacions i vivències que promet el consumisme, aquests factors incidiran de manera diferent en l'estructura social perquè els segments més ben situats seran més sensibles als factors estètics que no pas la resta. En part, pel seu major nivell cultural i formatiu, però també, i sobretot, perquè l'adquisició i plasmació d'un esperit artístic serà prova i expressió de pertànyer a grup selecte o, si més no, a un grup relativament ben situat.

Cal tenir present, però, que l'originalitat i el prestigi no són res sense el reconeixement social<sup>216</sup>. I, de la mà dels avenços tecnològics i dels canvis culturals, el pagament per l'accés a béns i serveis considerats exclusius, de luxe gairebé compleix la mateixa funció que la propietat privada,

---

<sup>216</sup> Vegeu, sobre aquesta qüestió: Axel Honneth. *La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales*. Barcelona: Crítica, 1997. En el marc d'aquesta recerca, la major part dels temes i qüestions que aborda aquesta obra —com ara els aspectes morals lligats a la marca de reconeixement, la relació entre justícia i reconeixement o el paper d'aquest darrer en les lluites i reivindicacions socials— queden fora de l'objecte d'estudi. En canvi, considerem del tot escaient deixar constància de les anàlisis sociològiques i històriques que aporta a l'hora d'entendre com i perquè la identitat personal (i la col·lectiva) van estretament associades al reconeixement que hom obtingui per part dels altres.

però amb un avantatge addicional: és (encara) més fàcil compartir a les xarxes socials les experiències i sensacions que proporcionen i, per tant, el reconeixement potencial és major. Pagar una quota elevada per conduir un cotxe de gama alta permet, avui, un prestigi no gaire menor al que suposaria comprar-lo, amb l'avantatge que resulta més assequible i que, a més, des d'una plataforma de lloguer és més fàcil compartir amb amistats i xarxes de coneguts les imatges del cotxe en qüestió.

Però fins i tot l'economia col·laborativa i l'intercanvi gratuït de dades, béns i serveis és compatible amb l'esperit del capitalisme artístic actual i amb la necessitat de mostrar signes d'estatus, sempre i quan allò que hom ofereix i allò de què hom se serveix sigui vist com diferent, original, genuí; en definitiva, com l'expressió de la individualitat i l'espontaneïtat que hom associa amb la figura i l'*ethos* de l'artista. I, de pas, com l'expressió de l'estatus elevat de qui ho comparteix.

Amb tots aquests elements, tenim que si bé és cert que la propietat privada de determinats béns i serveis manté un protagonisme més acusat que en la resta de la població perquè serveix a mode d'identificador d'estatus i de distinció social, així com de plasmació de l'originalitat, el gust estètic i la creativitat de l'individu, les altres fórmules també permeten complir amb aquestes funcions. L'ideal, doncs, és saber combinar-les adequadament... A condició que aquestes combinacions compleixin amb el requisit de ser de difícil accés per al conjunt de la població i siguin percebudes, doncs, com un privilegi, com quelcom únic i exclusiu.

### **Do i compartició: teixint lligams en un entorn de vincles socials fràgils**

Dins d'aquest rerefons, però, hi ha algunes transformacions rellevants. En un context en què ni les pautes de consum ni els rols socials venen assignats clarament sinó que s'han de (re)negociar constantment per part dels mateixos individus (Ulrich Beck, 2006 i 2016) i en què fins i tot les biografies personals canvien constantment, de manera que ja no hi ha una narració del jo coherent i òbvia ni davant els altres ni davant un mateix, pertànyer a algun grup —i mostrar als altres que hom n'és membre— constitueix, per paradoxal que sembli a primera vista, l'altra cara dels processos actuals d'individualització. I no ens referim ara als avantatges econòmics i socials derivats de pertànyer a diverses xarxes de relacions socials, sinó al fet que compartir aficions, tendències, gustos, idees o valors és una manera d'apaivagar, ni que sigui momentàniament, l'angoixa i la incertesa que es deriven de la necessitat de (re)construir i (re)negociar els rols i la biografia personal dia si, dia també. D'aquí prové la necessitat de construir comunitat. Unes comunitats, però, que, tal i com hem vist, es diferencien substancialment de la que va teoritzar Ferdinand Tönnies (1984): no només són molt més flexibles, i sotmeses a la voluntat del jo de



pertànyer-hi o de deixar de formar-ne part si ja no s'hi sent a gust, sinó que, sobretot, són molt més precàries, molt més fràgils. Ja no creixen en el sòl fertilitzat pels costums, tradicions i cosmovisions tradicionals d'un grup relativament homogeni i aïllat, sinó que han de maldar per sobreviure enmig d'un remolí ingent d'estils de vida, percepcions de la realitat i preferències que, a més, canvien contínuament, interactuen, s'influeixen mútuament i es recombinen de mil maneres diferents.

Ara bé, com més precàries siguin les noves comunitats, més peremptòria serà la necessitat de fer palès —als altres i a un mateix— que hom hi pertany. En bona part, el consum actual, cada cop més vehiculat a través de les marques —un tipus de vestimenta, un tatuatge, escoltar determinat tipus de música, freqüentar segons quins locals de moda— compleix aquesta funció perquè, bàsicament, actua com un sistema codificat de signes que permet que tothom identifiqui, de manera ràpida i fefaent el grup o comunitat de valors i estils de vida a què hom pertany o amb qui hom s'identifica. Tanmateix, això sovint no és suficient. No n'hi ha prou. Cal, a més, refermar uns vincles socials que, en l'entorn actual són, per força, precaris, canviants, inestables, "líquids", per emprar la famosa metàfora de Zygmunt Bauman. En aquest sentit, i si recordem el que s'ha analitzat al capítol "La perspectiva sociològica: comunitat i associació", tenim un element addicional: el do, que tal com demostrà Marcel Mauss (2009), juga un paper clau en la creació i consolidació de vincles socials. Mitjançant el regal, l'oferiment no interessat d'un objecte, d'una ofrena sense demanar-ne una contrapartida material —ni sota la forma pecuniària ni sota l'exigència explícita de contraprestació equivalent— hom crea en l'altre l'impuls, el desig o fins i tot la necessitat de correspondre-hi amb un altre regal o detall, creant o enfortint així vincles. Uns vincles ben diferents als de les societats modernes, car no es basen ni en el pacte entre individus autònoms i sobirans ni menys encara en l'interès econòmic i en l'afany de lucre, sinó que tenen per finalitat enfortir les obligacions recíproques — en el sentit moral i social del terme, no pas en el jurídic— i reforçar la comunitat.

De fet, la lògica del do es contraposa clarament a la de l'individu liberal. Allà on el darrer busca no tan sols imposar el càlcul instrumental sinó també alliberar l'individu del jou de la tradició i dels vincles socials que el limiten, el do cerca crear, enfortir i intensificar lligams socials, tot creant obligacions justament en la mesura que omet el càlcul mercantil i els interessos explícits:

La virtud del mercado es que lo hace criticable a los ojos de los antiutilitaristas: permitir cálculos, facilitar la expresión de intereses particulares divergentes, multiplicar transacciones que permiten a las partes ser libres. Constituye, desde este punto de vista, una máquina de gran eficacia para multiplicar los valores de uso, hacer compatibles planes descentralizados y movilizaciones de recursos. Por el contrario, la virtud del don es tejer la trama del tejido social fabricando apegos, volviendo a dar vigor y extensión a los vínculos y asociaciones. Los dos en conjunto resuelven la cuestión del colectivo. El intercambio mercantil individualiza, internaliza,

fabrica y separa agencias calculadoras e interesadas que, una vez acabada la transacción, son libres de toda obligación; el don, por el contrario, hace proliferar los apegos ligando de manera indefectible las existencias unas a otras. (Callon, Michel y Latour, Bruno (2011). «¡No calcularás!» o cómo simetrizar el don y el capital. *Athenea Digital*, 11 (I) : 190)<sup>217</sup>.

Doncs bé: de la mà dels nous processos de construcció d'agrupacions que no són —que no poden ser— comunitats en el sentit clàssic del terme, però que malden per aparentar ser-ne, reapareix el do; un intercanvi de regals i de favors que, a diferència de l'original, té no poques dosis de càlcul, de màrqueting, de presència (volguda) a les xarxes per a aconseguir el màxim ressò. I és que, en estret paral·lelisme amb la confluència entre l'afany per la competitivitat a ultrança i l'afany de passió, creativitat i expressió del jo genuí, assistim a una conjuminació entre el càlcul instrumental i el do gratuït, entre estratègia de reforç de la marca personal i voluntat genuïna de compartir per a teixir lligams socials en un entorn sempre fràgil i insegur.

Per tant, tenim un argument addicional per a sostenir, un cop més, que, avui, propietat privada i accés lliure, exclusivitat i afany per compartir són complementàries, no antagòniques. Es poden simultaniejar o barrejar segons convingui en cada moment, semblantment al que fan les empreses (Lawrence Lessig, 2012). El que importa, al capdavant, no és el valor d'ús, sinó el valor que tenen en tant que signes. I, com a tals, unes vegades convindrà prioritzar l'exclusivitat, via propietat privada, en tant que símbol recognoscible de singularitat; en d'altres ocasions serà preferible compartir, fins i tot gratuïtament, per tal de potenciar els lligams socials; i en altres moments convindrà combinar-les.

Canviar, renovar i substituir esdevenen els nous imperatius, la nova manera que tenim de relacionar-nos amb els objectes, els serveis, les relacions socials i fins i tot amb la nostra identitat. Com hem vist, són diversos els factors que hi conflueixen, fent que, tal i com apuntàvem al principi d'aquest capítol, la possessió física i jurídica ja no sigui necessàriament sinònim de poder. Encara ens manca, però, un altre element cabdal per tancar el cercle: el temps. Més concretament, el temps actual; un temps que és un constructe social i, al mateix temps, un mecanisme de control, de poder, d'assignació de prioritats i d'element que condiciona l'acció social i fins i tot les vivències i percepcions del subjecte (Borja Muntadas, 2016; Gonçal Mayos, 2019).

---

<sup>217</sup> Consultable en línia: <https://atheneadigital.net/article/view/v11-n1-callon-latour> [darrera consulta: 03/09/2020].

## El capital més valuós: el jo

Tal i com s'ha pogut veure en el decurs d'aquesta recerca, les diverses fórmules de propietat es fan extensibles a un ventall molt extens i heterogeni: per descomptat, a béns immobles, terrenys i tota mena d'objectes, però també a dades, informacions, coneixements, serveis, productes culturals, art, i un llarg etcètera. Dins d'aquest ventall, però, n'hi ha un que té una casuística pròpia i que està vinculat més que cap altre a la construcció de la subjectivitat: el jo; és a dir, el propi cos, però també la ment, els coneixements, les habilitats, l'experiència, les aptituds o els valors que defineixen l'individu.

El sorgiment i la consolidació del capitalisme han estat inseparables de la possibilitat de vendre el cos i els coneixements i aptituds personals. A canvi d'un sou, d'uns ingressos, els assalariats posen a disposició de l'empresari, del capitalista, la seva força de treball i les seves capacitats productives. Segons els defensors del liberalisme clàssic, aquesta possibilitat constitueix un dret inalienable i una manifestació bàsica i inherent de la llibertat individual. En canvi, per a Marx, l'ésser humà esdevé, en el capitalisme, una mercaderia; de fet, la mercaderia més important de totes perquè és al condició de possibilitat de tota plusvàlua<sup>218</sup>. Sigui quina sigui la valoració que hom en faci, el que resulta inqüestionable és l'estret vincle entre capitalisme i el cos i altres aspectes del jo entesos com una propietat de l'individu.

Semblantment, la consolidació de l'Estat, les institucions i la societat modernes també ha avançat de manera estretament vinculada amb el cos, els coneixements i els atributs personals. La disciplina dels cossos, la creació d'institucions i de sabers encarregats de normativitzar, paular i normalitzar cossos (Michel Foucault, 2007, rutines, hàbits i comportaments ha estat un element clau en la vertebració del subjecte modern.

En l'actualitat, ambdós aspectes estan canviant en l'imaginari social. I de manera profunda, substancial. L'emprenedor, en tant que principal exponent i mirall de l'individu actual, veu en el seu cos i en tots i cadascuns dels atributs del seu jo no una mercaderia o quelcom que pugui llogar o vendre a canvi de percebre un sou, sinó com un capital. De fet, en el capital per excel·lència, el més valuós. D'entrada, perquè li pot proporcionar ingressos econòmics —uns ingressos que no són percebuts i entesos com un sou sinó com una renda de capital—, però també perquè li pot proporcionar altres menes de capital; en especial, capital social, és a dir, un conjunt de contactes que li poden resultar útils i/o gratificants.

---

<sup>218</sup> L'anàlisi marxista dels processos en virtut dels quals el treball humà —un treball que, sota el capitalisme, equival a tots els efectes a una mercaderia — és el fonament últim de la plusvàlua queda fora del present objecte d'estudi. Aquí ens limitem únicament a deixar constància de la importància d'aquest postulat en l'obra de Marx, a la qual dedicà la seva darrera i més extensa obra: *Das Kapital*, de la qual hi ha diverses traduccions al català. La darrera l'ha publicat Tigre de Paper l'any 2018.

I, en tant que capitalista que inverteix en el seu capital més valuós i en té cura, no necessita vigilància aliena. Ell o ella mateix/a és qui fixa les metes, els mitjans i els rimes. Procura millorar els seus coneixements, les seves aptituds, el seu físic, la seva imatge; en definitiva, el seu jo-capital. De manera constant i metòdica. I, de la mateixa manera que el procés d'acumulació de capital no té aturador, tampoc ho té el procés d'inversió en un mateix. Sempre a la cerca de noves fites, d'assolir nous propòsits.

En aquest context, hi ha un tipus concret de capital, de possessió, que mereix una menció a part: la formació. Atès que la informació i el coneixement són a la base del gruix de les activitats econòmiques, i tenint en compte que tothom es veu impel·lit a convertir-se en empresari de si mateix; més ben dit, en un emprenedor que inverteix constantment en la millora i actualització dels seus coneixements i de la seva marca personal, la formació esdevé un capital especialment rellevant, tant pels coneixements específics que aporta com pel plus d'estatus, de distinció social. Ara bé, la formació requereix temps; en ocasions, molt de temps. Certament, hi ha una pressió molt intensa per a escurçar-la al màxim per tal d'obtenir-ne un rendiment ràpid, però això no sempre és possible, ni és l'opció més intel·ligent. A diferència del diner i la resta de possessions, sotmeses a lògica de l'acceleració de la circulació de béns, serveis i actius financers, la formació és un tipus de possessió que requereix un esforç, una inversió, persistent en el temps. En l'apassionant, però alhora dur i feixuc procés de construir una bona marca personal, la formació té una importància cabdal. Escollir amb cura aquelles titulacions que gaudeixen de millors sortides professionals i més prestigi i que, alhora, permeten establir una millor xarxa de contactes ben posicionats és un dels ingredients més necessaris per a un emprenedor. Esmerçar-hi no tan sols diners, sinó també temps i esforços, és del tot necessari.

Per tant, si bé és cert que el dispositiu-temps actual la relació que mantenim amb la realitat física i humana ve marcada per l'instant i, per tant, per la primacia de la immediatesa, no ho és menys que una part important del capital personal —la formació— requereix temps, força temps, constància i perseverança. Cosa que implica haver de postergar desitjos i impulsos en ares de les fites que hom s'hagi marcat. Tensió, doncs, entre la pulsio per viure l'instant i la voluntat d'assolir objectius; entre el gaudi immediat i l'ajornament de la gratificació; entre la predisposició a obtenir uns resultats immediats de la seva formació i el fet que els títols, cursos i seminaris més preauts requereixen, sovint, una forta inversió en temps:

Por una parte, el hombre de nuestro tiempo, convertido en cognitariado (Mayos), no puede sino sentir el apremio para ampliar y profundizar indefinidamente su formación. Pero, por otra parte, la inmediatez de la sociedad del consumo le impele en dirección contraria: para acortar la formación y así rentabilizarla rápidamente, poniendo a producir la recién ganad función cognitiva. (Gonçal Mayos : 2019, capítol "tiempo y sueño al servicio de una sociedad de mercado", 106).

## **El resultat final: confluència entre propietat, accés i compartició**

Immediatesa, predisposició a desprendre's de tot bé o servei que ja no sigui útil o no proporcioni plaer; caràcter intangible i immaterial més que no pas físic; gratificació sensorial i simbòlica més que no pas utilitat pràctica; tensió entre el moment, l'instant, i la a vegades necessària planificació a mitjà i llarg termini: aquests són els trets diferencials de la propietat en l'actualitat. Uns trets, compartits amb el pagament per accés o amb les diverses fórmules d'economia col·laborativa, tant les que impliquen una transacció econòmica com les que, si més no en principi, són "gratuïtes". Compartir i accedir permeten, en efecte, desprendre's molt ràpidament de qualsevol bé o servei, gairebé sense cap cost ni inconvenient afegit. Per tant, aquestes fórmules són plenament útils i funcionals per a l'actual imaginari social del temps, i sobretot del temps entès com un dispositiu de poder, perquè permeten l'acceleració dels ritmes de producció i substitució de béns i serveis, però també perquè constitueixen el marc idoni per a l'autoexplotació (Byun-Chul Han : 2014), l'auscultació incessant del jo a la recerca de possibles mancances i de noves fites encara més exigents i, finalment, perquè permeten establir vincles socials que siguin, alhora, flexibles i capaços de donar una (aparença de) pertinença a una comunitat. En definitiva, són fórmules bàsiques en els processos actuals de construcció de la subjectivitat. A condició, però, que siguin percebudes no com una alternativa rotunda a la propietat (i menys encara al capitalisme) sinó com modalitats perfectament complementàries; una opció més, un ventall més ampli dins aquest procés de desmaterialització i pressió per la immediatesa que, lluny de representar una alternativa al capitalisme, són un catalitzador del capitalisme actual.

**PART III: INDIVIDU NEOLIBERAL I PROPIETAT SEGONS EL  
MANAGEMENT**

Havent ja analitzat des de diversos angles i perspectives els principals elements estructurals que incideixen en la construcció del jo en l'actualitat i, més concretament, amb el paper que hi juga la propietat, com ara les transformacions recents del sistema d'acumulació capitalista, l'abast i significat de la "societat de consum", els trets de la fase actual de la modernitat i de la "societat del risc", el model de l'espai i el temps dominant avui dia o el significat i abast de l'economia col·laborativa i llur possible relació amb el sistema capitalista, ha arribat el moment de veure què hi diu la literatura sobre management i autoajuda.

Tal i com ja s'ha posat de manifest a la Introducció d'aquesta recerca, aquest tipus de literatura constitueix alhora un exponent de com ens veiem a nosaltres mateixos i un potent impulsor, catalitzador i propagador d'aquesta visió, un agent actiu en la construcció i legitimació d'un determinat discurs sobre el jo i sobre com ens relacionem amb el món i amb els altres. Però, a més, aquestes alçades de la investigació disposem d'altres motius afegits que justifiquen que hi parem atenció. El primer d'ells és que, tal i com els capítols precedents posen de manifest de manera reiterada, l'angoixa existencial inherent a la constant recerca d'objectius, metes i l'autodefinició personal en un entorn marcat pel canvi accelerat, la incertesa i la renegociació constant de pautes i rols porta a un consum creixent i incessantment renovat d'aquest tipus de discursos. I més si, com és el cas, venen acompanyats per un munt de tallers, cursos, consells i sessions per dur a terme allò que hom llegeix als seus textos. Veure's impel·lit a esmerçar temps, recursos i esforços en construir un valuós "capital" personal i difondre'l arreu a través d'una "marca personal" potent i singular; formular-se més i més preguntes sobre allò que constitueix realment l'essència personal de cadascú; cercar lligams socials que puguin ser, alhora, flexibles —i, per tant, fàcils de trencar tan bon punt deixen de ser útils o gratificants— i capaços d'atorgar sentiment de comunitat, aixopluc emocional i, sobretot, reconeixement; cercar l'autorealització personal a través de la creativitat, de l'expressió que hom porta "dins seu"; acumular vivències i sensacions gratificants. Són tendències ben diferents, fins i tot antagòniques, però que, segons hem pogut veure, conflueixen a l'hora de cercar pautes, orientacions, consells, models, exemples. Però, on trobar-les? En part, i tal i com ja s'ha pogut comprovar, mitjançant unes pautes de consum, mitjançant el fet d'adquirir, accedir o compartir béns, experiències i serveis que actuen a mode de signes socialment reconeguts, de vehicles per a donar a conèixer qui som, què volem, què ens agrada i què no, o amb què i amb qui ens identifiquem. Però en part també, justament, en la demanda insistent d'aquest tipus de literatura i, lògicament, dels tallers, cursos i altres eines pràctiques que actuen de complement.

Un segon factor que accentua la importància que té aquest tipus de literatura en el context actual és que juga un paper clau a l'hora d'eliminar tota condició de possibilitat de cercar possibles solucions socials, polítiques i estructurals als problemes actuals. Com hom podrà comprovar tot seguit, si hi ha un denominador comú que uneix camps en teoria diferents com ara els llibres sobre

gestió dels recursos humans, l'autoajuda, el màrqueting o el desenvolupament d'una bona estratègia de marca personal és, justament, atribuir a l'individu, i només a ell, tota la responsabilitat pel seu èxit i pel seu fracàs. Qualsevol crítica a l'ordre existent és titllada de ser filla del ressentiment i d'excusa per a no afrontar els canvis personals adients, contribuint així a perpetuar la dissort i el fracàs personal; per tant, queda desqualificada ja d'entrada. És fal·laç i, alhora, pernicioso, contraproduent, contrària als interessos i aspiracions individuals. Un discurs especialment eficaç justament perquè no es presenta com un mer discurs teòric, ni menys encara com una opció ideològica o com un programa polític, sinó, ben al contrari, com un ajut, una guia, un conjunt articulat de pautes orientades a facilitar la descoberta del potencial de cadascú i de llurs autèntics propòsits vitals, l'assoliment dels quals donarà lloc a l'èxit —material i no material— i a la felicitat. El potencial legitimador d'aquesta mena de discursos rau, justament, en el fet que no es presenten com a tals, sinó com una invitació a descobrir allò que hom pot arribar a ser... a condició que hom es desprengui de tota idea o creença "limitadora" i que posi en pràctica un programa de transformació, una praxi orientada a capgirar allò que hom fa i, fins i tot, allò que hom és. Transformar, en efecte: discurs i praxi van, aquí, de la mà, tret que contribueix a refermar un dels trets essencials ja analitzats del neoliberalisme: el fet que no es limita a ser una opció ideològica ni un programa de política econòmica sinó una nova racionalitat (Pierre Dardot i Christian Laval, Gonçal Mayos) que genera un nou tipus de subjecte neoliberal (David Brown). Un nou subjecte que només pot desplegar-se amb l'ajut d'un seguit de consells que eliminin les "crencies limitadores" i, sobretot, d'exercicis, de tècniques, d'antropotècniques (Peter Sloterdijk) orientades a fer que aquest projecte de transformació personal es materialitzi, es concreti, prengui cos. Heus aquí el paper i la funció d'aquest tipus de material.

En tercer lloc, i tal i com tindrem ocasió de veure tot seguit, l'èxit crematístic i la dimensió ètica, la capacitat per a crear i vendre una bona marca personal i el compromís amb uns valors, l'afany per viure experiències momentànies i el neguit per trobar l'essència de cadascú, són presentades com dimensions complementàries, compatibles. Com i perquè ambdós pols es conjuminen en el món de l'autoajuda i el management, contribuint així a legitimar-los i a convertir-los en un discurs i en una praxi cada cop més omnipresent constitueix, clarament, un motiu addicional gens menyspreable per a analitzar-los en aquesta recerca.

Per cert, la confluència entre valors crematístics, recerca de la felicitat i fins i tot valors ètics fa més intel·ligible el criteri, que a primera vista sembla força discutible, de contrastar textos de caire professional, de management, màrqueting i recursos humans, amb un camp com l'autoajuda, que pertany més a la psicologia popular. Teòricament, s'adrecen a públics diferents i abasten objectius igualment diversos, però la confluència en els missatges, en el to emprat, és més que significativa. Tots ells es conjuminen per bastir un nou model de subjecte on l'autocontrol més radical i l'enaltiment de la passió i la impulsivitat, d'una banda, i afany de lucre



i la constant apel·lació a referents ètics, artístics i fins i tot espirituals, de l'altra, no només coexisteixen, sinó que es retroalimenten.

Òbviament, el ventall de títols a triar és molt extens. Els elements que s'ha seguit aquí per a seleccionar-ne uns quants i descartar-ne d'altres són, bàsicament, dos: en primer lloc, fer una tria que reculli des de diferents angles la nova visió del subjecte neoliberal i del lloc que hi pot ocupar el fet d'adquirir, accedir o compartir. Concretament, des d'angles com ara el màrqueting i la construcció de la marca personal, l'autoajuda, la visió empresarial o la gestió dels recursos humans. En segon lloc, que siguin títols que hagin tingut un grau notable d'èxit, de ressò. I això no perquè es pretengui fer cap suposada analogia entre el grau d'impacte i la qualitat i agudeses dels textos, sinó perquè si del que es tracta és de veure com es vehicula, construeix, legitima i naturalitza una determinada visió sobre el jo i la seva relació amb els altres, és preferible decantar-se per aquelles obres més conegudes, per les que més petjada han deixat a nivell popular. Tanmateix, aquesta tria es veurà complementada per dos textos de caire sociològic que analitzen i estudien aquest tipus de discursos i que poden aportar elements de contextualització i anàlisi força útils.

### **El cànon de l'autoajuda i l'èxit professional: Dale Carnegie**

Als anys 30 del segle XX, en plena depressió, però també en plena expansió del model productiu i organitzatiu fordista i taylorista, Dale Carnegie va publicar un llibre, titulat *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*<sup>219</sup>, que ha exercit una enorme influència durant un període perllongat de temps. Milions de persones l'han comprat i, paral·lelament, s'ha estudiat en no pocs seminaris d'escoles de negocis d'arreu.

El punt de partença d'aquest llibre pot semblar, a primera vista, força acotat i específic: es tractaria d'un llibre amb consells sobre com negociar amb competidors, clients i companys de feina i, de pas, sobre com fer noves amistats. Si només tractés d'això, resultaria poc lògic incloure'l aquí. El cas, però, és que l'abast i la intenció del llibre van molt més enllà. Aquest no és només, ni principalment, una obra sobre com parlar correctament en públic ni sobre tècniques concretes de negociació, sinó que l'objectiu és aprendre a tractar amb les persones per tal d'aconseguir les fites que hom persegueixi. I això tant en els negocis com en les relacions socials, car el punt de partença de Carnegie és la constatació que

---

<sup>219</sup> L'original en anglès, titulat *How to Win Friends and Influence People*, fou publicat l'any 1936 per l'editorial nord-americana Simon & Schuster. Se n'han venut més de 30 milions de còpies arreu del món i, a tall merament il·lustratiu de l'impacte que ha tingut, paga la pena esmentar que l'any 2011 la revista *Time magazine* el posicionà en el número 19 d'entre els 100 llibres més influents.

Mi popularidad, mi felicidad y mi valor dependen, en grado no pequeño, de mi habilidad para tratar con la gente. (Dale Carnegie. *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*, 1992 : 23).

“Tractar amb la gent”, però, és quelcom que va molt més enllà d’un seguit de tècniques argumentatives, sense que això vulgui dir en absolut que sigui un assumpte de mera intuïció, de predisposició que, d’una manera misteriosa, algunes persones tenen i d’altres no. Ni una cosa ni l’altra. El tracte amb el públic és una ciència. Una ciència pràctica que només es pot aprendre de debò a base d’assaig i error, de provar-ho múltiples vegades, però que, al mateix temps, té uns fonaments teòrics, que en són la base. I aquests fonaments venen donats per una determinada visió sobre la naturalesa humana.

Segons Carnegie, l’ésser humà és egoista per naturalesa. Aquesta premissa ha de ser el punt de partença de qualsevol noció sobre els mòbils de l’acció humana i, per tant, és el primer element a tenir present en tota relació social:

Los demás no se interesan por usted. No se interesan en mí. Se interesan en sí mismos, mañana, tarde y noche. (Dale Carnegie, 1992 : 88).

I, per si no quedava prou clar:

Recuerde que la persona con quien habla usted está cien veces más interesada en sí misma y en sus necesidades y problemas que en usted y sus problemas. Su dolor de muelas le importa más que una epidemia que mate a un millón de personas en China. (*Ibidem* : 135).

Tanmateix, convé precisar bé l’abast i el significat d’aquesta afirmació. Que sigui egoista no vol dir necessàriament que sigui un ésser racional, obsedit a calcular-ho tot, a ponderar constantment pros i contres. L’autocomplaença, l’orgull, l’afany per defugir responsabilitats i, en general, un munt d’estats anímics i d’impulsos que tenen el jo com a referent i punt de partença són una part essencial de la psique humana. Molt més que el càlcul instrumental.

Tant és així que sovint tenim una visió esbiaixada sobre els altres i sobre nosaltres mateixos, cosa que, al seu torn, fa que acabem comportant-nos de manera disfuncional. Per a la societat, per descomptat, però també per als interessos del mateix subjecte:

En novena y nueve veces de cada cien ningún hombre se critica a sí mismo para nada, por grandes que sean sus errores. (*Ibidem* : 33)

O bé:

La naturaleza humana en acción: el malefactor que culpa a todos menos a sí mismo. Todos somos iguales. (*Ibidem* : 36).

Però no tot es redueix a càlcul instrumental ni a emocions i impulsos. Un altre tret essencial de la naturalesa humana és el desig de reconeixement, l'anhel de ser valorat pels altres, i en especial per la gent del nostre entorn i les persones a qui apreciem, com algú important, com algú amb virtuts i mèrits:

El impulso más profundo del ser humano es el deseo de ser importante, de ser apreciado y reconocido. [...] Si usted me dice cómo satisface sus deseos de ser importante, le diré qué es usted. Eso es lo que determina su carácter. Es la cosa más significativa que hay en usted. (*Ibidem* : 50—51).

Arribats a aquest punt, és important posar de manifest que Carnegie parteix en tot moment del supòsit que les persones tenim uns trets ben definits que romanen estables en el temps, que ens acompanyen des del naixement fins el final. I que, en essència, aquests trets són compartits per tothom, tot i que amb graus i sota formes diversos. I és sobre aquest fonament, sobre aquesta base inalterable, que hom pot intentar persuadir les persones. En altres paraules: podem modificar les formes, les tècniques, la manera d'afrontar els problemes i relacionar-nos amb els altres, però no pas els trets bàsics de la personalitat. Ni tan sols la nostra. Es tracta d'uns pressupòsits que, com tindrem ocasió de veure ben aviat, els llibres d'autoajuda, màrqueting i recursos humans actuals no comparteixen en absolut.

Tornem, però, a la importància de conèixer bé la psique humana: segons Carnegie, saber com som en realitat les persones, defugint falses il·lusions, és la condició necessària per a influir sobre els altres i aconseguir allò que volem obtenir d'ells. Les tècniques de persuasió són moltes, i el llibre n'exposa un bon ventall, però la base; més ben dit, la condició de possibilitat, és partir del fet que allò que en essència duu algú a fer o deixar de fer alguna és o bé l'interès, o bé algun impuls emocional, o bé el desig de reconeixement. D'aquí que el primer consell, i el més important de tots, sigui posar-se en el lloc de l'altre i intentar esbrinar què vol realment, què desitja, què l'impulsa:

Hay una razón por la cual la otra persona piensa y procede como lo hace. Descubra esa razón oculta y tendrá la llave de sus acciones, quizá de su personalidad. Trate honradamente de ponerse en el lugar de la otra persona. (*Ibidem* : 220).

Partint d'aquestes premisses, el llibre exhorta a atorgar importància a l'altre, adreçar-nos-hi sempre pel seu nom, mostrar interès pels seus anhels i pels seus problemes. Fent-ho així, serà possible vèncer les seves possibles reticències i fer que vegi allò que nosaltres volem com si fos un desig seu. I és que, al capdavall

La acción surge de lo que deseamos profundamente [...] y el mayor consejo que puede darse a los que pretenden ser persuasivos [...] es éste: primero, despertar en la otra persona un

franco deseo. Quien puede hacerlo tiene al mundo entero consigo. Quien no puede, marcha solo por el camino. (*Ibidem* : 65).

Un altre consell ben present en aquest text és que quan desitgem que algú faci bé una tasca cal apel·lar més al reconeixement, la notorietat o l'afany de diferenciar-se que no pas a l'interès estrictament pecuniari. És un consell que cobra tot el seu sentit a la llum de les premisses antropològiques de l'autor abans esmentades: Carnegie defuig tota temptativa de fer de l'individu un agent que només busca maximitzar guanys econòmics i minimitzar pèrdues i despeses. L'ésser humà és profundament egocèntric, però la centralitat d'aquest jo rau en l'afany per sobresortir, més que no pas obtenir més ingressos:

La forma de conseguir que se hagan las cosas es estimular la competencia. No hablo del estímulo sórdido, monetario, sino del deseo de superarse. (*Ibidem* : 247).

Diferenciar-se, sobresortir i, és clar, obtenir un reconeixement d'aquesta excel·lència. Heus aquí els mòbils més profunds de l'acció. I, per tant, heus aquí la clau més decisiva de l'afany per posseir i acumular: tot i que aquest no és un llibre sobre finances ni sobre propietats, el text abunda en referències (breus) a la riquesa i les propietats com a quelcom positiu, com un anhel natural, gairebé inherent a la psique humana, però que, en darrer terme, s'explica pel seu valor com a símbol visible d'èxit, de la rellevància de qui les posseeix.

### **El canvi permanent com a nova normalitat: *Quién se ha llevado mi queso***

*Quién se ha llevado mi queso*<sup>220</sup>, de Johnson Spencer, ha estat un dels llibres més venuts en el camp de l'autoajuda, però també un dels més llegits i recomanats entre quadres directius, gestors i estudiants de management. Publicat originàriament l'any 1998, en una època en què el neoliberalisme esdevé el model global, hegemònic: s'ha estès tant, i ha estat acceptat i promogut per tants agents polítics, socials i mediàtics —de dretes i d'esquerres— que passa a ser percebut com l'únic model possible, especialment arran de la implantació de les receptes neoliberals al desaparegut bloc soviètic, la plena entrada de la Xina en la globalització capitalista i la inequívoca assumpció dels seus postulats per part dels principals líders de tradició socialdemòcrata o laborista, com Tony Blair o Gerhard Schroeder. En paral·lel, la darrera dècada del segle XX també es caracteritza pel fort impacte social i cultural derivat de l'auge de les tecnologies de la informació i la comunicació i, molt en particular, d'Internet.

---

<sup>220</sup> Hi ha diverses edicions. La que s'empra aquí és de l'editorial Urano l'any 2011. L'original anglès fou publicat per l'editorial Putnam's sons el 1998 sota el títol *Who Moved my Cheese?*

El llibre, breu i escrit en un estil àgil i molt assequible, és una paràbola amb un argument aparentment senzill però amb implicacions ben incisives. Dos ratolins i dos nans acudeixen diàriament al dipòsit on hi ha el Formatge<sup>221</sup> i en mengen la quantitat que desitgen. Fins que un dia descobreixen que ja no hi és. Senzillament, ha desaparegut. Els ratolins, gens avesats a cavil·lar i a fer-se preguntes, es posen immediatament a la recerca d'altres indrets on hi pugui haver formatge, fins que l'acaben trobant. En canvi, els dos nans, molt intel·ligents i habituats a raonar-ho tot, es queden parats, astorats. Les seves reaccions oscil·len entre la negació de la realitat, la queixa, la recerca d'un culpable o el sentiment de greuge i d'injustícia. Tot, menys admetre que la situació ha canviat i que, per tant, cal actuar, cal moure's a la recerca de Formatge nou. Finalment, però, un d'ells venç les reticències al canvi, es posa en marxa i comença un procés que no només el portarà a descobrir nou i millor Formatge, sinó a gaudir del canvi constant. Entusiasmada amb aquesta nova manera de veure la realitat, intenta convèncer el seu amic. Tanmateix, en veure que l'altre segueix obstinat a buscar el Formatge en el mateix indret de sempre, se n'allunya, convençut que no el pot ajudar.

Paga la pena centrar-se a analitzar el missatge de l'obra. Partint, però, d'una premissa que el mateix autor explicita: el Formatge no representa només un objectiu de caire professional i/o crematístic, sinó que simbolitza allò que és més valuós per a cadascú, allò que hom valora i desitja més. Per tant, s'adreça a tothom, siguin quins siguin els seus propòsits; el relat és una

Metàfora de lo que deseamos tener en la vida, ya sea un puesto de trabajo, una relación, dinero, una casa grande, libertad, salud, reconocimiento, paz espiritual, o incluso una actividad como correr o jugar al golf. (Spencer Johnson. *¿Quién se ha llevado mi queso?*, 2011 : 16).

No menys explícit es mostra l'autor quant al propòsit que l'animà a escriure el llibre, que no és altre que ensenyar com reaccionar i actuar en un entorn marcat pel canvi sobtat i imprevisible:

Afrontar los inesperados cambios que les estaban ocurriendo en los últimos años. Y la mayoría admitía no conocer una buena forma de manejarlos. (Spencer Johnson, 2011 : 26).

Entrant en el cos de l'obra, el primer element a remarcar és que els dos ratolins que no reflexionen sobre la situació, sinó que s'hi adapten ràpidament, sense qüestionar què ha passat i perquè, són els que aconsegueixen el Formatge nou, és a dir, són els que aconsegueixen resultats. En canvi, parar-se a cercar el perquè del canvi no serveix de res. I més disfuncional encara és queixar-se o buscar algun culpable. El missatge és ben clar: les queixes, les crítiques o les demandes de justícia no porten enlloc; de fet, són contraproductives.

---

<sup>221</sup> Per fidelitat a l'original, s'ha optat per mantenir la inicial en majúscula i per emprar "el formatge" en comptes d'"un formatge". I és que, tal i com s'explica aquí, el formatge esdevé una metàfora d'allò que cadascú vol obtenir; per tant, s'hi escau més emprar majúscula i l'article determinat.

Però, per què qüestionar o criticar el canvi és contraproductiu? Bàsicament, perquè el canvi, tal i com és presentat en aquest llibre, no és fruit de la voluntat o interessos d'unes persones o sectors determinats, ni tampoc una opció, sinó que és un fenomen *natural*, quelcom que, simplement, s'esdevé:

Ahora se daba cuenta de que era natural que el cambio se produjese continuamente, tanto si uno lo espera como si no. El cambio solo le sorprende a uno si no lo espera ni cuenta con él. (*Ibidem* : 71).

Tanmateix, l'actitud adient davant la constatació que el canvi és quelcom natural i inevitable no és la mera resignació. Ben al contrari: cal estar sempre a l'aguait, disponible per a actuar en cada moment, "moure's amb el Formatge". Millor encara: avançar-se als seus moviments, és a dir, anticipar-se al canvi.

Aquesta actitud d'alerta i agilitat constants s'ha de viure, però, com quelcom positiu, enriquidor, com una oportunitat de gaudir amb les noves experiències. L'entusiasme permetrà tenir bons moments i, a sobre, actuarà de catalitzador d'oportunitats:

Imaginarme disfrutando de Queso nuevo antes incluso de encontrarlo me conduce a él. (Spencer Johnson, 2011 : 64).

Lògicament, tenir una actitud positiva i proactiva envers el canvi té una contrapartida: rebutjar costums i hàbits antics, però també, i sobretot, valors, idees i creences, en tant en quant ja han periclitat. Són, ara, quelcom obsolet i, per tant, resulta contraproductiu aferrar-s'hi:

Las viejas convicciones no te conducen al Queso nuevo". (*Ibidem* : 72).

O:

Cuanto más rápidamente te olvides del Queso viejo, antes podrás disfrutar del Queso nuevo. (*Ibidem* : 82).

Per últim, és significatiu que, davant la negativa d'un dels nos nans —en Hem—, a acceptar els arguments del seu company, aquest darrer ja no torna a fer cap moviment per a ajudar-lo. Ni menys encara per a compartir el Formatge que obté. El missatge és ben clar: hom pot aconsellar, assenyalar un possible camí, però la responsabilitat de seguir-lo o no és únicament individual. I, davant el fracàs, tota ajuda és contraproductiu. Quant a compartir resultats, a repartir ni que sigui una petita part del que obté la part guanyadora, és quelcom que, senzillament, ni es planteja.

Això sí: cal afrontar totes aquestes lliçons amb un somriure. Les apel·lacions a saber riure's dels fracassos, a relativitzar-los, a restar-los importància en tant en quant són passes necessàries,

i força allisonadores, per a aconseguir un èxit més endavant. Allò veritablement negatiu no és el fracàs, no són els entrebancs, sinó les *reticències* al canvi, voler *aferrar-se* al passat.

Per tots aquests motius, considerem que aquest llibre ha jugat un important paper a l'hora d'afavorir l'acceptació del canvi constant inherent a la fase actual del capitalisme i a la modernitat líquida; de naturalitzar-lo, neutralitzant així tota possible objecció, tota crítica. D'altra banda, si bé és cert que a les seves pàgines no s'hi troba cap referència a la propietat privada, el fet que el Formatge —metàfora, no ho oblidem, d'allò que hom vulgui assolir— canviï contínuament d'ubicació, predisposa a entendre la propietat com quelcom que pot esdevenir un obstacle si hom s'hi aferra massa; comprar per després vendre-ho o llogar-ho ràpidament, , substituir-lo, desprendre-se'n, esdevenen les opcions més lògiques. No pas compartir, però: això queda fora del marc narratiu.

### **Organitzacions exponencials: canvi disruptiu i obsolescència de la propietat**

El llibre *Organizaciones exponenciales*<sup>222</sup>, escrit per Salim Ismael, Michael S. Malone i Yuri Van Geest, és un dels més venuts i referenciats en la literatura sobre gestió empresarial, innovació i lideratge. La seva tesi central és que els extraordinaris avenços tecnològics de les darreres dècades fan possible l'aparició d'un nou tipus d'organitzacions capaces de créixer no de manera lineal sinó exponencial, com a mínim deu vegades més ràpid que les empreses tradicionals. Les organitzacions que sàpiguen aprofitar tot el potencial del *big data*, la intel·ligència artificial, els codis oberts i les comunitats virtuals poden créixer a un ritme mai vist abans. A condició, això sí, que estiguin disposades a seguir les 10 pautes que indica el llibre i que es basen en la premissa que cal canviar radicalment la filosofia, l'organització i el funcionament de les empreses. Canvis que, entre d'altres aspectes, incideixen de ple en la noció de propietat i en l'ús que cal fer-ne.

Com exposen els autors, una organització exponencial és:

Una cuyo impacto (o resultado) es desproporcionadamente grande —o al menos diez veces superior— al compararla con sus iguales, gracias al uso de nuevas técnicas organizativas que se sirven de las tecnologías aceleradoras. (Salim Ismail, Michael S. Malone i Yuri Van Geest. *Organizaciones exponenciales*, 2016 : 33).

El rerefons que fa possible el sorgiment d'aquestes organitzacions exponencials és l'aparició no d'un, sinó de diversos avenços tecnològics substancials que, a més, convergeixen, s'interrelacionen i es retroalimenten recíprocament, donant lloc a un canvi radical; un canvi

---

<sup>222</sup> Editat a Madrid per Bubok l'any 2016. El text original, *Exponential organizations*, fou publicat per Diversion Books el 2014, i va arribar a ser el més venut sobre management a Amazon.

disruptiu que fa possible que qualsevol empresa o entitat, independentment de la seva grandària inicial, pugui arribar a posicions dominants, de lideratge, en un breu interval de temps:

Históricamente, los avances disruptivos siempre ocurren cuando campos dispares se cruzan [...]. Hoy en día estamos esencialmente conectando todos los nuevos campos de innovación. Y no solo nuevos campos: colisiones similares también ocurren en las disciplinas tradicionales. (*Ibidem* : 50).

Partint d'aquesta premissa, el llibre ofereix fins a deu pautes que han de seguir les empreses per a esdevenir organitzacions exponencials. Aquí només entrarem en aquelles que afectin la noció de propietat i el canvi de visió sobre el paper, rellevància i naturalesa de les relacions entre empresa, treballador i client, però sí paga la pena esmentar l'element que actua d'eix vertebrador de les propostes: la determinació de fer del canvi constant i disruptiu la premissa bàsica de funcionament de l'organització. Les estructures fixes i la planificació a mitjà termini són cosa del passat. El que cal fer, ara, és ser extremadament flexibles i oberts a qualsevol modificació; millor encara: a liderar-la.

És per això que els autors proposen començar amb el que anomenen "Propòsit de transformació massiva", un eix que vertebrí i orienti tots els esforços, centrant-los en el canvi i la innovació constants i que, de pas, sigui prou ambiciós i emocionant com per a generar adhesió, entusiasme. Significativament, aquesta exhortació s'acompanya d'una amenaça, de l'exposició d'un perill radical: qui sigui reticent al canvi disruptiu, qui el rebutgi, pot desaparèixer... en molt poc temps, per molt gran i potent que sigui la seva empresa.

Quin paper hi juga la propietat, dins aquest propòsit de transformació massiva? Segons els autors, la seva importància és cabdal. La noció clàssica de la propietat i del paper que hi té dins les empreses ha de ser íntegrament replantejada, i això pels següents motius:

D'entrada, l'acumulació d'actius físics —terrenys, fàbriques, edificis, oficines, maquinària, etc.—, que tan necessària era abans perquè garantia la solidesa, el capital i la capacitat d'incidència de l'empresa, esdevé, avui, disfuncional perquè obstaculitza el canvi disruptiu, perquè entra en contradicció amb la filosofia orientada a la transformació massiva i permanent.

D'altra banda, despendre's de la propietat d'actius físics és ara plenament factible gràcies a que la informació —que és l'actiu més valuós— es troba, avui, disponible arreu:

La era de la información permite [...] acceder a los activos físicos en cualquier momento y en cualquier lugar, en lugar de necesitar tenerlos en propiedad: la tecnología permite a las organizaciones compartir y escalar activos fácilmente. (*Ibidem* : 107).



A més, la producció i distribució de tot tipus de dades té uns costos marginals que tendeixen a zero. La informació, que abans era un bé escàs i, per tant, un actiu que calia posseir a fi i efecte d'estalviar costos i incrementar guanys, és ara un bé omnipresent i quasi gratuït, amb la qual cosa l'opció més intel·ligent és accedir-hi, en comptes de comprar-la. Accedir-hi, sí, però també i al mateix temps permetre'n l'accés:

El resultado clave cuando accedes a los recursos y les permites acceso a la información es que tu coste marginal descende hasta cero. (*Ibidem* : 71).

En aquest entorn en què la informació és abundant i gratuïta i en què adquirir i mantenir propietats dificulta el canvi i la flexibilitat, compartir les dades amb proveïdors, treballadors, distribuïdors i clients, en comptes de posseir-les i restringir-ne l'accés, pot traduir-se en millores en la productivitat i estalvi de costos. Aprofitar el coneixement, el talent i la creativitat de milers i milers de persones, tot establint-hi una interacció constant a les xarxes socials, afavoreix el canvi disruptiu:

Las Organizaciones Exponenciales aprovechan la comunidad y el entorno para muchas funciones que tradicionalmente se gestionaban desde dentro de las empresas, como por ejemplo la generación de ideas, financiación, diseño, distribución, marketing y ventas [...]. Como resultado, las organizaciones, al margen de ser mucho más ágiles, son mejores a la hora de aprender y desaprender. (*Ibidem* : 97-98)

Fixem-nos ara en un mot que apareix al paràgraf precedent: "comunitat". La seva importància és cabdal. I ho és perquè, més enllà de les millores en la productivitat i en l'eficiència, la interacció amb els clients potencials pot generar sentiment de pertinença, pot generar "comunitat", i això es tradueix en una fidelització potencial molt més gran. Si, mitjançant una marca ben construïda i vinculada a valors il·lusionants, s'aconsegueix generar comunitat, l'organització entrarà en un cercle virtuós de millora que li permetrà posicionar-se molt millor en el mercat i assolir un creixement exponencial:

Las marcas con aspiraciones producen un bucle de feedback positivo en la comunidad [...]: los clientes se sienten bien con los productos y están cada vez más orgullosos de ser parte de un movimiento mayor y más virtuoso. (*Ibidem* : 84).

En conclusió, l'accés a la informació, el consum col·laboratiu, la interacció amb els usuaris i, pel que fa als actius físics, el lloguer, són estratègies molt més adients que no pas la propietat:

Esta filosofía de alquilar y no poseer extiende aún más la manía actual de consumo colaborativo y economía compartida. Cada vez hay menos necesidad de tener en propiedad una fábrica, un laboratorio o incluso una herramienta científica. En su lugar, ¿no sería mejor alquilar

esos activos, reduciendo la inversión por adelantado y dejando la propiedad y el mantenimiento de esas instalaciones a otra persona? (*Ibidem* : 194—195).

Compartir, llogar i externalitzar, en comptes de posseir, esdevenen el camí a seguir. I això inclou també el personal. Només calen unes poques persones, uns pocs equips, i de dimensions reduïdes, per al nucli de l'organització. Quant a la resta, els autors aposten, de manera explícita, per substituir el gruix de tasques i, per tant, de la mà d'obra, per l'externalització, la subcontractació o la recerca de col·laboradors externs, tot emprant les comunitats abans esmentades per a enllestir quasi totes les tasques i trobar les idees i fórmules més exitoses:

En lugar de poseer activos o personal y ver un retorno incremental de esos activos, las Organizaciones Exponenciales aprovechan los recursos externos para conseguir sus objetivos [...]. Mantienen un núcleo muy pequeño de empleados en instalaciones que permiten una flexibilidad enorme [...]. Reclutan sus consumidores y aprovechan las comunidades virtuales y físicas para todo, desde el diseño del producto hasta el desarrollo de aplicaciones. Flotan sobre estructuras existentes y emergentes en lugar de tratar de poseer las suyas propias y crecen a un ritmo increíble precisamente porque no están dedicadas a tomar propiedad de su mercado, sino que más bien lo utilizan para sus propósitos. (*Ibidem* : 68-69).

Quant al reduït —insistim: molt reduït— nombre de treballadors que han de romandre dins l'organització, l'organització jeràrquica, basada en ordres i paràmetres imposats des de la cúpula, en l'especialització i en un control exhaustiu de la feina, són totalment disfuncionals. Els autors aposten per la creació d'equips pluridisciplinaris de treball plenament autònoms... sempre i quan s'identifiquin plenament amb els objectius de l'organització. Calen equips

Interdisciplinarios que se autoorganizen y que opera con autoridad descentralizada [...]. La compañía simplemente contrata personas con iniciativa y talento, innovadoras, que deciden a qué proyectos quieren unirse. También se les anima a comenzar nuevos proyectos siempre que encajen dentro del PTM [Propósito de Transformación Masiva] de la compañía. La autonomía es un prerrequisito para la innovación. (*Ibidem* : 142).

I la vigilància? Ja no calen els mecanismes clàssics, els que Michel Foucault analitzava; cal, avui, avaluar resultats tot fent ús de les dades:

La confianza y el autocontrol basado en resultados (lo cual se ve hoy facilitado por el big data) sustituye al control y seguimiento externo (*Ibidem* : 145).

La vigilància no desapareix; de fet, augmenta. Això sí, canvia profundament. Ja no cal que l'exerceixi un superior jeràrquic o una institució, sinó que són les dades —més ben dit, el tractament intel·ligent d'aquestes—, les que ens avaluen constantment i les que, de manera gairebé automàtica, dictaminen el premi o el càstig que ens pertoca.

## La construcció de la marca personal com si fos una ciutat: Risto Mejide

Arran de les tesis de diversos analistes, i molt especial de Christian Laval i Pierre Dardot, s'ha pogut analitzar la constant apel·lació a que cadascú esdevingui empresari de si mateix, entenenent per tal no només la capacitat, i la predisposició, a invertir, a competir i a prendre decisions financeres, sinó també a modular la relació amb el jo, a escrutar constantment les capacitats, gustos, febleses i trets de la personalitat per tal de corregir-les, millorar-les i extreure'n tot el potencial, a imatge i semblança de l'ús que fan les empreses dels seus recursos, forteses i febleses. Ser empresari de si mateix també vol dir, doncs, substituir el control i la vigilància externes per una tasca d'autovigilància, però d'una autovigilància i autocontrol orientats al canvi constant, a la millora incessant. Tanmateix, també s'ha pogut constatar que, en una societat en què les relacions socials, així com la relació amb un mateix, segueix la lògica consumista, cap millora no serveix de res si no és (re)coneguda per la major quantitat possible de persones i grups.

És en aquest context que la necessitat de construir i consolidar una bona "marca" personal esdevé essencial. El llibre de Risto Mejide *Urbrands: construye tu marca personal como quien construye una ciudad*<sup>223</sup>, escrit per una persona de notòria fama i que ha tingut un ressò mediàtic considerable, servirà per veure com la literatura sobre management i autoajuda plasma el concepte de marca personal i en construeix un discurs teòric que, tanmateix, està inequívocament orientat a la praxi, a l'acció.

Per Risto Mejide, l'element clau d'una bona marca és, en l'actualitat, la capacitat per transmetre emocions que associïn la marca amb un determinat estat anímic o valor. Això és així perquè estem passant d'una concepció de la marca com quelcom associat a productes o serveis tangibles, a una visió més intangible i aplicable a qualsevol àmbit, incloses les persones:

Una marca es una respuesta emocional ante una imagen, ante el nombre de una empresa o ante una persona. Una respuesta emocional, tan sencilla de definir como compleja de obtener y, sobre todo, de medir. (Risto Mejide. *Urbrands: construye tu marca personal como quien construye una ciudad*, 2014 : 233).

Però, per què és tan important construir una marca personal? Segons l'autor, perquè atorga visibilitat, tot posant de relleu allò que singularitza, que diferencia de la resta. Una fita que, justament, és cada cop més difícil d'assolir i, alhora més preuada que mai perquè és des d'aquest posicionament únic i específic que podem destacar i adquirir, així, notorietat i capacitat d'influència sobre els altres. Bastir una marca amb identitat pròpia és, per tant, l'element

---

<sup>223</sup> Publicat a Barcelona per l'editorial Espasa l'any 2014.

imprescindible si volem arribar a la gent i aconseguir els nostres propòsits, tant si són de caire estrictament econòmic i laboral com de qualsevol altra mena.

En este mundo en el que nadie es imprescindible, tener una marca personal te ayuda a posicionarte en un lugar privilegiado en la mente de quienes quieras que te tengan en cuenta. Te hace ser percibido como un profesional o una persona singular, única y que aporta unos beneficios claros a tu mercado y quienes te rodean. (Andrés Pérez Ortega. Marca personal. *Cómo convertirse en la opción preferente*, 2008 : 38)224.

Ara bé, les persones, segons Risto, no som monolítiques i uniformes, sinó complexes. Els trets que defineixen la personalitat de cadascú són múltiples, diversos, plens d'alts i baixos, de records i d'aspiracions dispars i no sempre coherents. Tant com ho poden ser els barris, monuments i trets d'una ciutat. Partint d'aquesta base, l'autor proposa fer una analogia entre la marca personal i d'una ciutat:

Cada uno de nosotros hoy es una Ciudad. Con sus Barrios. Con sus zonas de ocio. Con sus monumentos. Con sus lugares de culto. Con sus luces. Con sus sombras. (Risto Mejide, 2014 : 231).

D'on es deriva que:

Una Urbrand es una ciudad que se convierte en marca. Pero también es una marca —personal o industrial— construida como ciudad. (*Ibidem* : 231).

Dins la complexitat i la riquesa de matisos que una marca personal pot abastar, el primer i més important element, el que ha d'actuar com a eix vertebrador, és una "missió", un motiu o causa que esperoni a actuar, que actuï a mode catalitzador del gruix de les accions que emprèn la persona:

Si tienes una Urbrand deberás elegir una causa, la que mejor te parezca. La que mejor te siente. Contra la que más cómodo te veas luchando. Y esa será tu orientación. Hacia donde deberás mirar. Donde no deberás apartar tu vista jamás. [...] No hay marketing más poderoso que aquel que identifica una causa y la nace suya. Y cuanto más grande sea esa causa, mayor será la Urbrand que estarás construyendo. (*Ibidem* : 194-195).

Un cop definida la singularitat de la marca personal i la missió que vertebra totes i cadascuna de les iniciatives que l'individu duu a terme, el següent pas és saber comunicar. Compte, però! La comunicació no ha de ser unidireccional, sinó que ha de poder fluir en ambdues direccions. I això implica passar de veure la informació com una propietat a veure-la com quelcom que cal

---

<sup>224</sup> Editat a Madrid per ESIC. Risto Mejide hi coincideix plenament i l'esmenta com a referent de la utilitat de la marca.

compartir. Dades, coneixements, vivències, idees...Com més aspectes es comparteixin, millor serà la comunicació i, per tant, millor serà la marca personal:

Compartirlo todo es el principio de mejorarlo. Y ahí es donde están siempre las auténticas economías de escala. No te preocupes por el copyright. Si tienes la fábrica encima de tus hombros nadie te podrá hacer sombra jamás. (*Ibidem* : 141).

Compartir, doncs, és bàsic de cara a introduir millores personals que redundin en una marca de més qualitat. Tanmateix, i en la línia del que ja hem vist en el cas del *llibre Organizaciones exponenciales*, la seva utilitat no s'esgota aquí: compartir com més coses millor és essencial per a crear "comunitat". Del que es tracta no és de tenir més usuaris, més "clients"; del que es tracta és de tenir més fans, més persones que se sentin atretes, que tinguin un fort lligam emocional i una adhesió intensa vers la marca personal:

Varias marcas han comprendido la relevancia de la conexión emocional, que incluye algunos aspectos relevantes como pasar de la idea de vender a la de intercambiar, así como sustituir el concepto de clientes por el de fans [...]. De la misma forma, estas marcas son conscientes de la necesidad de trabajar en la construcción de la relación con la comunidad, crear la conversación, ser honestos y emocionantes. (Andy Stalman. *Brand off-on. El branding del futuro*, 2015 : 317)225.

I no és pas posseint objectes com es construeix millor la comunitat i es ven millor la marca personal, sinó compartint experiències, vivències:

Ofrecer una experiencia que haga aún mejor el consumo de tu producto o servicio y que gracias a esta experiencia el ciudadano de tu Urbrand se sienta mejor. (*Ibidem* : 128).

Òbviamment, la raó última de ser d'una marca és vendre, és aconseguir una bona reputació per aconseguir el màxim de rellevància i d'impacte. Però, vendre què? Per descomptat, hom pot i ha d'utilitzar la marca personal per a obtenir guanys, per aconseguir transaccions financeres, ja sigui de manera directa o indirecta. Ara bé, això no esgota pas l'abast del terme "vendre". Segons Risto Mejide, vendre també inclou qualsevol interacció no financera que sigui útil per als objectius personals, tant si aquests objectius són de caire econòmic com si no ho són:

Cualquier nombre propio es una marca. Los productos son tus hechos. Y lo que dices, tus campañas. Todo está en continua venta, incluso aunque no se espera que haya transacción. Lo que ocurre es que la contraprestación no tiene que ser siempre de carácter económico. (*Ibidem*, : 64-65).

---

<sup>225</sup> Editat a Barcelona per Gestión 2000, i citat pel llibre que estem comentat de Risto Mejide.

“Contraprestacions”: heus aquí una altra paraula clau. Les interaccions socials, la relació que establim amb els altres, han de tendir sempre a una equivalència clara i, a ser possible, mesurable entre allò que hom rep i el que hom aporta. El criteri, la base, és la transacció. Que no vol dir, en absolut, que hagi de ser d'índole econòmica i financera, sinó que, sempre i en qualsevol circumstància, es cerqui aquesta equivalència. El regal en l'accepció més genuïna, el do teoritzat per Mauss, queda exclòs d'entrada. O, més ben dit, reconvertit tot seguint els patrons del màrqueting més sofisticat.

### **Valueholder: de treballador a empresari portador de valor**

El llibre de Roberto Fusté titulat *The valueholder: el fin del empleado*<sup>226</sup> proporciona una visió de l'individu entès com un emprenedor, com un empresari de si mateix, complementària a l'anterior. Certament, aquí el focus es posa en l'àmbit professional, en el món de l'empresa; tanmateix, són constants les apel·lacions a l'essència, als valors i a les metes individuals, a allò que presumptament denota la seva essència. En qualsevol cas, l'element que en justifica l'anàlisi és, sobretot, l'èmfasi en la possibilitat —i l'absoluta necessitat— que el treballador, sigui quin sigui el seu contracte i la relació que manté amb una empresa, es percebi a si mateix com un portador de valor, de capital, i que actuï en tot moment com a tal.

El llibre comença argumentant que la visió del treballador o del professional com algú que duu a terme un seguit de tasques en funció dels paràmetres i instruccions que se li han donat ha periclitat i és totalment obsoleta. Per molt diligent i per molt eficient que sigui, ha deixat de ser útil. Tothom ha de substituir la mentalitat orientada a enllestir tasques per una mentalitat orientada a generar valor:

Los empleados tendrán que pasar de limitarse a cumplir las tareas asignadas a aportar valor real, habrán de evolucionar desde una mentalidad basada en las tareas hacia una mentalidad centrada en el valor. (Roberto Fusté. *The valueholder: el fin del empleado*, 2018 : 16).

Què s'entén, però, per un portador de valor, per un “valueholder”? Bàsicament, algú que aporta valor a l'empresa, és a dir, quelcom útil, convertible directament o indirecta en diners, a causa dels seus coneixements i habilitats:

---

<sup>226</sup> Editat a Barcelona per Plataforma l'any 2018.

Valueholder: profesional que trabaja en una organización y, debido a sus destrezas y contribuciones, posee una parte del valor de esta. Antiguamente solían llamarse empleados. (Roberto Fusté, 2018 : 19).

Però compte! L'individu aporta valor a l'empresa perquè n'és el portador; el valor rau en ell mateix, i li pertany a ell. Una altra cosa és que, com a bon empresari, pugui llogar, vendre o compartir aquest valor amb una empresa. Per descomptat, és lliure de fer-ho, i és molt convenient que ho faci, però tenint sempre present que ell no és algú que treballa a canvi d'un sou, sinó algú que aporta un valor, un capital del qual ell, i només ell, n'és, alhora, el titular i l'objecte:

Los empleados han de analizar lo que desean hacer con su vida y comenzar el proceso interminable y transformador de la vida orientado a añadir valor para sí mismos, tanto personal como profesionalmente. (*Ibidem*: 39).

O bé:

Deberías sentir siempre que trabajas para ti mismo, no para la empresa ni para tu jefe ni para los accionistas. (*Ibidem* : 145).

Tanmateix, esdevenir un portador de valor és un procés que va molt més enllà dels aspectes estrictament professionals i econòmics. De fet, el primer pas, i el més decisiu, és trobar un propòsit que orienti tots els actes i els atorgui sentit. I, semblantment al que ja s'ha pogut veure en el llibre *Urbrands*, de Risto Mejide, no val qualsevol propòsit: ha de connectar més directament amb la identitat, amb allò que hom és en essència:

El propósito dimana de tu identidad, es la esencia de aquel que eres y debería ser específico y personal. Es tu marca, lo que te ves impulsado a alcanzar, lo que te hace funcionar y lo que te entusiasma. (*Ibidem*: 98).

De la identitat i el propòsit emanarà, doncs, la marca personal. Aquesta, per descomptat, ha de recórrer a qualsevol tècnica útil per arribar a més gent, per posicionar-se bé. La necessitat de saber comunicar, de saber transmetre una bona imatge, és essencial. Però seria un error creure que la marca és, merament, sinònim d'una estratègia comercial per aconseguir notorietat social i professional per tal de treure'n, tard o d'hora, algun rèdit. Arribats a aquest punt, és significatiu que tant Roberto Fusté com Risto Mejide emfasitzin que saber quines tècniques emprar per vendre una bona imatge de marca personal és, sens dubte, molt important, però encara ho és més, molt més, ser fidels al propòsit que defineix la identitat de cadascú. Lluny de limitar-se a representar un paper per aconseguir més *likes*, l'individu-marca ha de plasmar en tot moment allò que ell és:

Una mentalidad de propósito aúna la personalidad y el personaje. Tú eres el personaje, en lugar de limitarte a representar el personaje que juzgas necesario para realizar tu labor [...]. Significa que no tienes que fingir ni hacer conjeturas. (*Ibidem* : 112).

Si l'individu és, en ell mateix, un portador de valor; si s'ha de mantenir en tot moment fidel a la seva essència i als seus valors i si, a més, treballa fonamentalment per a si mateix, on queda el paper de l'empresa? Segons l'autor, és perfectament possible compatibilitzar els objectius genuïnament personals amb els de la corporació perquè si cadascú fa allò que realment l'apassiona —i l'apassiona perquè respon a la seva identitat profunda—, aportarà molta creativitat, serà molt productiu i, per tant, generarà valor afegit a l'empresa:

Lo que aquí te animamos a hacer es lo que las empresas también quieren: tener empleados comprometidos y motivados con sentido de la responsabilidad, que emprendan las iniciativas apropiadas para incrementar su valor y, por ende, el valor de la compañía. Tener empleados que hacen las cosas porque quieren, no porque tengan que hacerlas porque están realizando un trabajo que les encanta. (*Ibidem* : 146—147).

Aital complementarietat és, doncs, possible, però a condició que la relació tradicional entre empresa i empleat, basada en l'assignació de tasques específiques i un control constant, sigui substituïda per l'autocontrol a base de la motivació personal i per un tipus de relació més fonamentat en el model empresari-client, on els papers es poden intercanviar a cada moment.

En definitiva, el valor depèn, en última instància, de la motivació i la passió que hom hi aporti. I aquestes, al seu torn, es desprenen de la capacitat per a connectar amb propòsit personal, amb la meta que connecti amb el jo profund, amb allò més íntim i genuí de cadascú. Tanmateix, el propòsit no s'ha d'entendre com una fita estable, predefinida i que, després d'un conjunt d'accions, hom donarà per assolida. Ans al contrari: se l'ha d'entendre com una invitació a iniciar un procés de canvi constant, sense aturador. Un canvi que és una finalitat en si mateix, més que no pas un mitjà per assolir quelcom:

Busca en tu interior lo que necesitas desarrollar en cualquier dimensión de tu vida, desde la profesión [...] hasta tu estilo de vida. El proceso nunca termina porque jamás llegarás a la etapa en la que ya no tanga cabida la mejora. (*Ibidem* : 123).

Les exhortacions al canvi són, com s'ha vist ja en els altres textos, una constant. Aquí, però, l'èmfasi és més gran encara. Tant, que s'exhorta explícitament a canviar... fins i tot quan les coses funcionen correctament:

Cualquier cambio, incluso el cambio para mejor, va acompañado de una cierta incomodidad, pero esto es algo necesario. Por cierto, el cambio será más difícil todavía si se efectúa desde una posición que tus iguales y tú consideráis exitosa o destacada. Puede que seas



el vendedor de año, el director de un buen colegio o el director general de una empresa galardonada, pero los cambios seguirán siendo dolorosos. (*Ibidem* : 135).

El llibre no aborda de manera explícita el tema de la propietat, però les reflexions sobre la necessitat del canvi constant i sense final, sumades a l'èmfasi en considerar que l'autèntic valor, el més important, rau no en cap mena d'actiu, ni tan sols en una capacitat concreta de la persona, sinó en l'individu entès com algú que, partint de la seva vocació, endega un procés d'(auto)millora constant, incideixen en el tema que ens ocupa. D'entrada, perquè pressuposa que la propietat més important és de caire intangible ("el propòsit", la "identitat"...), que, a més, emana de l'interior de la persona, més que no pas del món exterior. Altrament dit: posseir objectes i béns físics pot ser molt útil, però la possessió més valuosa, aquella que realment compta i l'única paga la pena conservar, són les aptituds, els valors, la voluntat; en definitiva, els trets del veritable jo. En segon lloc, perquè l'èmfasi en el canvi constant no és compatible amb la propietat entesa com quelcom que cal acumular i preservar com si fos un patrimoni valuós, ja que fent-ho així generem lligams que obstaculitzen aquest canvi. El que cal, doncs, és donar prioritat a l'accés a béns i serveis. O, a tot estirar, a la propietat entesa com un actiu del qual desprendre's tan bon punt deixa de ser funcional.

Hi ha, però, una propietat realment important perquè és única i insubstituïble: el mateix individu. I no es tracta només del cos, dels coneixements o de la capacitat de treball, sinó del jo en la seva totalitat, inclosos els aspectes més intangibles. En aquest sentit, el llibre conclou, significament, amb una reflexió sobre la necessitat que tothom esdevingui un "propietari". De què? De si mateix:

"Comportarte como un propietario, porque eso es lo que eres, y no como un empleado, tiene sus ventajas. Inviertes precisadas posesiones en tu empleo y en tu empresa: tu vida tu tiempo y tus habilidades. Esto significa, sin duda, que posees parte del valor de la empresa. (*Ibidem* : 190).

### **La perspectiva del *coaching*: de l'ésser al fer, i del fer al tenir**

En principi, hom entén per *coaching*<sup>227</sup> el conjunt de tècniques i de tasques d'assessorament i acompanyament orientades a facilitar que una persona o un grup de persones identifiqui i assolixi els seus objectius i metes. Amb tot, i arran del ressò i l'èxit creixent d'aquesta pràctica tant en els cercles empresarials i professionals com en diverses facetes personals, l'àmbit de la seva creixent influència abasta molts aspectes, inclosos aquells més directament involucrats amb

---

<sup>227</sup> Quant a l'abast i evolució del concepte de *coaching*, vegeu: Paul Anwandter. *Introducción al coaching integral*. Santiago de Chile: Chan editores, 2014.

l'autodefinició del jo i l'establiment de les prioritats existencials. Dit en altres termes: de la mà del coaching, emergeix i es propaga una determinada visió sobre l'individu, llur autèntica identitat, allò que de debò el defineix i l'esperona a actuar. Una visió, a més, que gaudeix d'un impacte mediàtic i cultural creixent. Tant que molt sovint quan volem mirar dins nostre ho fem amb les seves ulleres, amb la seva visió.

Un bon exponent de tot això el tenim amb Raimon Samsó, un dels coach més coneguts a nivell català i espanyol, i autor, entre d'altres, del llibre *Supercoaching para cambiar tu vida*<sup>228</sup>. En aquesta obra, planteja que l'autèntica raó de ser del coaching en la seva versió més reeixida —d'allò que ell anomena supercoaching— no rau en facilitar que l'individu estableixi llurs objectius, ni molt menys encara en donar consells i pautes sobre què fer, com i quan, sinó que consisteix en facilitar el descobriment de l'essència de cadascú, dels seus valors i la seva orientació més genuïnes:

*Supercoaching* trata de “quiénes somos”, no de “qué hacemos”; es una mirada híbrida entre el coaching y la consciencia, para explorar el éxito desde dentro hacia fuera. (Raimon Samsó. *Supercoaching para cambiar de vida*, 2014 : 17).

El fil conductor d'aquesta obra és la idea que la prosperitat i l'èxit, tant material com en qualsevol altre aspecte, no és producte de les circumstàncies, de l'atzar, la posició social dels progenitors o dels contactes sinó que, en essència, és el resultat, l'emanació, de la personalitat. I l'esforç i el talent? L'autor els atorga importància, i molta. Però amb un matís prou important: en darrer terme són el *resultat*, no la *causa* del descobriment i el conreu de l'essència personal. Aquesta darrera és, doncs, la clau de volta, la condició de possibilitat del camí que porta a reeixir en aquesta vida. Es tracta de ser per poder tenir, i no pas a l'inrevés:

El orden siempre es el mismo: primero cambiar tu mentalidad, tus emociones, tus creencias, tu conocimiento y comportamiento, luego se despliega un nuevo orden [...]. Hay un orden: ser, hacer, tener. Es la Ley del del Orden, válida en el universo conocido. Viene a decir que no puedes tener algo diferente si o eres alguien diferente y haces cosas diferentes. En pocas palabras: tu vida no puede cambiar si no cambias tú. (Raimon Samsó, 2014 : 51).

Ara bé, l'autèntica personalitat ve donada no tant per allò que pensem sinó, sobretot, per les emocions i les creences més arrelades, aquelles que assumim tàcitament, sovint sense ser-ne conscients. Des d'aquesta perspectiva, i partint sempre de la presumpció que l'èxit passa per la transformació integral de la persona, es desprèn que el punt de partença i, alhora, l'eix vertebrador del coaching, ha de ser la capacitat per a identificar què és allò que hom vol *ser* en aquesta vida. I allò que hom vol ser es correspon amb el superjò, entès no en el sentit freudià que

---

<sup>228</sup> Publicat a Barcelona per l'editorial Conecta l'any 2014.

hem tingut ocasió d'analitzar abans, sinó com una mena d'essència espiritual que sovint roman ocult per culpa de les idees i creences adquirides i al qual únicament hi podem accedir des de les emocions i impulsos més genuïns, des de la intuïció, en comptes de l'intel·lecte:

Saber lo que quieres realmente, y no aquello que crees que quieres, supone un inmenso compromiso de honestidad y sinceridad. No se trata de lo que quieres a nivel racional (tu mente te puede engañar con facilidad) sino de aquello que sientes de un modo intuitivo, visceral y emocional (tu superyó sabe mucho de ello), pues así habla tu superyó o yo real. (*Ibidem* : 29).

És a només partint del contacte íntim i sincer amb allò que cadascú és en essència i, per tant, amb allò que cadascú cerca, que hom pot triomfar. Tanmateix, l'inici del camí que ens hi pot menar passa, necessàriament, per canviar radicalment; per canviar de rutines i comportaments, naturalment, però també de pensaments, actituds, creences i, és clar, de l'autodefinició personal. Més encara: no es tracta tan sols de modificar allò que no funciona bé, sinó que també cal estar predisposat en tot moment a deixar de fer fins i tot allò que dona *bons* resultats:

¿Qué he aprendido? Que para tener éxito antes debes arriesgar todo lo anterior ya sea bueno, malo o regular: el éxito solo puede renovarse si se arriesga lo conseguido en una nueva apuesta. (*Ibidem* : 11).

Acceptar el canvi com quelcom necessari, inevitable i positiu a la llarga és el primer i imprescindible pas. Però no és suficient, no n'hi ha prou. Del que es tracta, sobretot, és de desitjar-lo, de voler-lo, d'incorporar-lo com una dimensió positiva de l'existència, siguin quines siguin les conseqüències:

Vive un idilio con la incertidumbre, enamórate de ella, invítala a salir contigo. Aquello que abrazas, sea tu amigo o tu enemigo, es transmutado por el amor del abrazo. (*Ibidem* : 25).

Aquesta aposta total i entusiasta pel canvi i la incertesa sembla, a primera vista, incompatible amb un altre dels punts centrals del llibre: l'èmfasi en la planificació, en identificar uns objectius clau que es plasmin en accions concretes ben detallades i en un compromís constant i tenaç per a dur-los a terme. Amb tot, una lectura més curosa detecta que les apel·lacions a la flexibilitat, a la predisposició a canviar els objectius en funció dels esdeveniments i les circumstàncies, són constants, reiterades, gairebé omnipresents:

Un plan es un punto de partida. Y probablemente el plan cambiará. Por eso las herramientas más importantes en la planificación son la goma y el martillo para borrar los planos y para derivar lo construido, respectivamente. Por mi parte, ya no escribo en papel mis objetivos para no tener que borrar después, ahora dibujo mapas mentales digitales en una tablet porque puedo realizar cambios de forma inmediata. (*Ibidem* : 150).

Però, com podem compaginar l'exhortació a la tenacitat, el treball dur i l'autodisciplina amb la flexibilitat, l'adaptabilitat i l'orientació al canvi? Bàsicament, a través de l'autoanàlisi contant, el rigor implacable amb un mateix, l'afany de superació i, sobretot, el compromís absolut:

Las tres actitudes que te ayudarán a crear tu destino [...]: primera, un nivel de compromiso absoluto (los compromisos inferiores solo garantizan resultados inferiores); segunda, disciplina si fin [...]; y tercera, autoexigencia con uno mismo: es decir, ser duro con uno mismo (y no blando) porque es la cima de la autoestima. (*Ibidem* : 106).

Ara bé, el binomi disciplina – passió quedaria incomplet, i no faria justícia al plantejament de l'autor, sense un tercer element, que ja hem tingut ocasió de veure en altres casos: l'apel·lació a la creativitat, a la imaginació, a la capacitat de la dimensió estètica per a combinar intel·lecte i sentits d'una manera original i inesperada:

La imaginación es el puente que conecta la intención creativa de la conciencia con los sueños y los deseos de la mente. En una herramienta de creación de primera magnitud. Cuando descubrimos que somos seres capaces de crear nuevas realidades desde la pura conciencia, la misma que crea universos, sabemos que nuestros deseos, combinados con nuestra imaginación, serán nuestra próxima realidad. (*Ibidem* : 81).

La creativitat i la dimensió estètica van estretament lligades amb la vessant lúdica, amb el joc, entès com un element que esperona l'interès, la passió i la creativitat, talment com succeeix amb els infants:

Si hay alguien de quien puedes aprender es de un niño, porque para él, a la hora de afrontar un objetivo, no existe nada más estimulante que un juego. Conecta con el niño que llevas dentro y te darás cuenta de que, a través del juego, has aprendido muchas cosas que te han servido de adulto. [...]. La vida es un juego y hay que aprender a ganar y a perder con la certeza de que, en realidad, vivir es el premio, y que nunca perdemos nada importante. (*Ibidem*, 119).

Amb tots aquests elements, l'èxit, segons Raimon Samsó, vindrà donat. Amb dos aclariments, però: en primer lloc, allò que realment importa de les metes i objectius que hom es fixi no és assolir-los plenament, sinó endegar un procés de canvi integral, i de compromís absolut en dur-lo a terme; en segon lloc, i com a conseqüència del punt anterior, el punt essencial no és allò que hom obté, sinó allò que hom esdevé; allò en què hom es transforma. L'èxit, poder assolir quelcom, poder tenir coses, és el *resultat* (i no pas la causa) de l'ésser, de la progressiva descoberta del veritable jo. Una descoberta, però, que no és, ni pot ser, merament contemplativa, car es desplega a través de l'acció, de la constant transformació personal; per tant, per *tenir*, primer cal *ser*, però el ser es manifesta i es desenvolupa a través de l'acció, a través de transformar no tan sols pensaments i conductes, sinó allò més íntim i definitori de cadascú:

El poder de las metas reside en determinar en quién te convertirás, no lo que conseguirás. [...]. Podemos tener más de lo que tenemos porque podemos convertirnos en más de lo que somos. (*Ibidem* : 110-112).

Dins d'aquest èxit, d'aquest "tenir", la prosperitat i la riquesa són un component important, però ni molt menys l'únic. De fet, ha d'abastar la consecució de les metes de cadascú en els principals eixos vitals; més ben dit, en tots ells alhora: diners i prosperitat, família i parella, amistats, vida personal. La conseqüència lògica, per no dir inevitable, d'aquest enfocament és que la riquesa i la prosperitat materials són el resultat, la plasmació, l'emanació de la transformació reeixida de l'ésser; no tenim èxit perquè tinguem més diners i propietats, sinó que tenim més diners i propietats perquè som persones exitoses, i som persones exitoses perquè hem esdevingut millors persones.

"Millors persones", en efecte: segons l'autor, l'autèntic èxit és resultat d'un procés de transformació que, si bé ha d'operar a nivell individual, en totes i cadascuna de les capes de la consciència i el jo personals, té també una dimensió intersubjectiva, en tant en quant ajudar els altres a aconseguir les seves metes i a autorealitzar-se és una part essencial d'aital èxit; de fet, n'és consubstancial:

La felicidad no depende de conseguir lo que tú quieres sino de ayudar a los demás a conseguir lo que ellos quieren y necesitan. [...] Busca un problema que afecte a la vida de las personas para el que tú tengas una solución o quieras buscarla, y te divierta ofrecerla. Problema + solución = misión de vida o propósito vital. Si lo haces, ocurrirán dos cosas grandiosas: serás muy feliz, serás muy rico. (*Ibidem* : 33).

Tanmateix, la vocació de servei als altres no es fa apel·lant a principis, ideals o valors de caire col·lectiu, sinó que, sempre i sense excepcions, parteix de la lliure determinació de cadascú, del desig i la voluntat del jo. Més concretament: de les emocions i impulsos més profundament arrelats en cadascú, ja que són aquests, i no pas la raó o els valors conscientment formulats, el nucli essencial —el superjò, entès a la manera de Raimon Samsó, és a dir, des d'una vessant gairebé espiritual— de la personalitat.

Enfocat des d'aquesta vessant centrada en el jo profund, i mai en cap nivell social o intersubjectiu, l'èxit i el proïsme constitueixen les dues cares de la mateixa moneda; ambdues són la plasmació natural, lògica i inevitable del compromís absolut amb el procés de transformació constant i integral de rutines, creences, idees i comportaments que ha d'abocar, si hom segueix les pautes establertes al llibre, en el desplegament de tota la potencialitat latent en cadascú. La conseqüència gairebé ineluctable de la línia argumental de l'autor és que tenir èxit és, i ha de ser, sinònim de ser millor persona... en tots els aspectes, també en l'ètic. Ser ambiciós i cercar els màxims nivells de benestar, riquesa i èxit és bo tant per a l'individu com per a la societat:

Es hora de pedirte un resultado mayor, de sacar grandeza y de ampliar esfuerzos. [...] Se impone, pues, una pregunta: ¿es este el momento de tu vida en el que decides ser grande para el resto de tu existencia? Si no es ahora, ¿cuándo? Aunque te parezca exagerado, ser grande es una decisión, pues allí fuera, en tu realidad, no hay nada que te obligue a ser “pequeño”, ni siquiera a ser “mediano”. De hecho, a la vida le interesa más que juegues en grande que en pequeño. No ayuda a nadie jugar a ser pequeño: la humildad mal entendida es la justificación para seguir construyendo cajas de cristal pequeñas. Si te crees inferior, pequeño, limitado, incapaz... ¡te mientes descaradamente! (*Ibidem* : 216).

L'enaltiment, fins i tot en termes ètics i morals, de l'èxit té, però, un contrapunt. Un contrapunt gairebé inevitable: la modèstia, la poca ambició, i no diguem ja la pobresa, no només no constitueixen cap bé en sentit ètic, sinó que són reprovables. I no tenen excusa: cadascú és l'únic responsable de la seva eventual dissort. O, per a expressar-ho en termes més precisos i més fidels a l'autor, cadascú és l'únic responsable del seu fracàs, ja que la “dissort” és una excusa per a no afrontar els reptes i els canvis. Aquesta responsabilitat estrictament individual té, a més, una connotació moral, car és el resultat d'una manca de compromís, de determinació, de motivació:

El hecho de que no logremos aquello que más deseamos en nuestra vida es síntoma de que nos falta convicción y mentalización para alcanzarlo. La carencia de resultados revela una carencia de mejores creencias. (*Ibidem* : 45).

D'aquesta manera, la societat —qualsevol tipus de societat— està formada per dos grups de persones, sempre amb el benentès que pertànyer a l'un o l'altre és responsabilitat exclusiva de cadascú: aquelles que tenen èxit i felicitat perquè s'ho mereixen, perquè han esmerçat tots els seus esforços i han posat tota la seva passió en transformar-se i desplegar tot el seu potencial, i aquelles que, en romandre esclaves de llurs hàbits i creences limitadores, fracassen de manera inevitable. I entre aquests dos grups no hi ha una gradació, sinó una diferència radical, abismal, essencial. Tant, que no tenen res en comú:

En el mundo hay dos grupos, por así decirlo, de personas diferenciadas: 1. Soñadores, espectadores, habladores (estado de conciencia básico) 2. Creadores, actores, manifestadores (estado de conciencia elevado). Entre ambos grupos no hay temas de conversación comunes. [...] Viven en realidades paralelas, y por tanto, dos líneas paralelas nunca se tocan, no tienen nada en común [...] Vayamos más allá: no solo son diferentes, sino que son incompatibles como el aceite y el vinagre que no se juntan. (*Ibidem* : 201).

Òbviament, aquesta divisòria radical té, també, una translació en l'ordre econòmic i material. A condició de tenir present, un cop més, que l'èxit financer és el resultat, i no la causa, del grau de perfeccionament personal assolit. I que, per tant, el fracàs en aquest àmbit és un fracàs provocat,

causat, pels mals hàbits i creences; en definitiva, per un jo feble i poruc que s'aferra a aquesta negativitat:

Los ricos ven oportunidades; los pobres, obstáculos. Los ricos ven crecimiento potencial; los pobres, pérdida potencial. Los ricos se centran en las recompensas; los pobres, en los riesgos. La gente rica actúa para ganar; la gente pobre, para perder. (*Ibidem* : 181—182).

L'antagonisme entre ambdues tipologies d'individus genera, sovint, la crítica i l'enuig per part dels que es limiten a "somniar", dels que només han assolit un "estat de consciència bàsica" envers els que han reeixit en la vida perquè tenen un "estat de consciència elevat". Unes crítiques que són, el realitat, una manifestació del ressentiment envers aquests darrers... i de l'amenaça que el seu èxit suposa per al manteniment del modus vivendi dels qui no gosen o no volen canviar. Així doncs, qualsevol qüestionament de les relacions de poder i de les desigualtats queda desvirtuada d'antuvi, convertida en una excusa per a emmascarar el (merescut) fracàs de qui ho formula. Però la cosa no acaba aquí: atès que aquest ressentiment només fa que afegir més creences negatives i limitadores que, tard o d'hora, es tradueixen en un fracàs encara més gran, el millor que hom pot fer; més be dit, allò que hom *ha* de fer, és allunyar-se de les persones que el propaguen:

Los soñadores odian que los creadores pasen a la acción. Representan una amenaza al statu quo y por ello se convierten en sus críticos [...]. Prefieren hablar de injusticias. Pero la vida no tiene favoritos. Todos, desde el momento de nacer, y desde mucho antes, estamos ya creando nuestra buena o mala suerte [...]. Sé radical: si te cruzas con un sonador, enséñale el cartel rojo de la puerta de salida ("exit") con el dedo índice, sin contemplaciones. (*Ibidem* : 202—203).

### **El màrqueting: del producte a l'experiència i del consumidor al col·laborador**

El màrqueting i la publicitat són un mirall i, alhora, un catalitzador dels canvis socials i els valors culturals. Un mirall perquè, tal i com la sociologia del màrqueting, l'estudi de mercats i el consum posa de manifest<sup>229</sup>, les bones campanyes de màrqueting són aquelles que connecten amb els anhels i les inquietuds de les persones en un moment i un context donats. Aquells missatges que entronquen millor amb les característiques d'una població concreta, amb allò que els preocupa i allò que cerquen, són els que obtenen més ressò. Amb l'afegit que, a diferència de les enquestes d'opinió, s'hi pot extreure informació no tan sols de les preferències conscients de les persones sinó també de les seves preferències inconscients, dels seus impulsos reals, més que

---

<sup>229</sup> Una exposició interessant i ben estructurada sobre aquest tipus d'estudis sociològics es pot trobar a: Roberta Sassatelli. *Consumo, cultura y sociedad*. Buenos Aires: Amorrortu, 2012.

no pas d'allò que “toca” dir o afirmar davant l'enquestador. Per tant, analitzar—les equival, en certa manera, a fer una radiografia d'una societat i d'una època força incisiva.

Però són, alhora, un catalitzador, en tant en quant bona part de les preferències i els valors venen condicionats, avui, pels missatges i les tècniques publicitàries. Tal i com hem tingut ocasió d'exposar a l'apartat sobre la “societat de consum”, les anàlisis de Bauman i Lipovetsky, entre d'altres, posen de manifest que la lògica consumista impregna, avui, els processos de socialització i fins i tot la construcció de la identitat personal. I ho fa d'una manera tan incisiva, o més, que els processos de socialització més explícits que tenen lloc a través dels canals habituals, com ara l'escola o els mitjans de comunicació.

És per això que en aquest apartat, centrat en l'anàlisi de la literatura sobre management i autoajuda, convé tenir present el paper de la publicitat i el màrqueting a l'hora de configurar els valors i tendències imperants sobre la construcció de la subjectivitat i el paper que la propietat hi juga. I, en aquest sentit, paga la pena prestar atenció a les tesis de Philip Kotler<sup>230</sup>, sens dubte un dels “gurus” del màrqueting més prominents i influents a nivell mundial. I també un dels més acèrrims impulsors de la profunda transformació que està experimentant aquest sector.

El màrqueting tradicional es centrava en el producte. Posava el focus en donar a conèixer els trets més rellevants, més útils i/o atractius d'un bé o servei. En el decurs de les darreres dècades, però, el focus ha canviat i assenyalat, ara, el consumidor: en primer lloc, els seus desitjos, impulsos i anhels, però també, i precisament de la mà de Kotler, els seus valors, la seva identitat; la seva subjectivitat, en definitiva. I ara ho ha de fer, a més, en un entorn que és alhora físic i digital:

En menos de una década hemos tenido que virar el foco del producto al consumidor y, de este, a aplicar una visión 360º que nos permita entender realmente al cliente. Ahora estamos inmersos en aplicar el marketing en una economía digital donde la conectividad y las posibilidades que trae consigo son la norma. (Philip Kotler, Hermawen Kartajava i Zwan Setiawan. *Marketing 4.0* (2018) : 180)<sup>231</sup>.

Les raons d'aquest canvi són diverses. Per descomptat, tenen a veure amb l'espectacular impacte de la digitalització, Internet i les xarxes socials, però també amb canvis socials més amples, com ara el pas d'una societat en què la informació fluïa verticalment des d'un pocs emissors a una multitud de receptors, a un entorn en què la comunicació flueix de manera més horitzontal multidireccional, i en què, a més, els rols de receptor i emissor s'intercanvien. El resultat combinat d'aquests factors és que tota estratègia eficaç de màrqueting passa, avui, per diferenciar-se. I, per

---

<sup>230</sup> Nascut a Chicago l'any 1931, durant dècades ha combinat la seva activitat acadèmica com a referent mundial en estudis de màrqueting amb la seva participació activa en campanyes publicitàries del més alt nivell. És considerat un dels referents més prestigiosos a nivell mundial en aquest camp i ha publicat nombroses obres.

<sup>231</sup> Publicat a Madrid per l'editorial Lid. L'edició original, amb el títol homònim, és de Wiley & Sons, l'any 2017.



aconseguir-ho, cal recórrer a aspectes intangibles que interpel·lin l'individu, tant a nivell presencial com virtual, en totes les seves dimensions:

Las empresas y marcas que se centran en tener un producto superior solo están ofreciendo satisfacción a los consumidores [...]. Pero las que van un poco más lejos ofrecen una experiencia que trasciende cualquier producto o servicio, pues mejoran la interacción con el consumidor diseñando y planificando un servicio que las diferencie del resto tanto en la experiencia en establecimiento comercial como en la obtenida en el ámbito digital. (*Ibidem* : 176)

Amb el pas del producte al client i de l'exposició dels trets d'allò que hom vol vendre a l'apel·lació a les experiències, els valors i altres intangibles, el màrqueting actual es fa ressò, alhora que difon i amplifica, un dels trets que hem tingut ocasió d'assenyalar reiteradament al llarg d'aquesta recerca: el pas de l'*homo oeconomicus*, entès com un agent racional i calculador, a un individu-consumidor, que es mou per anhels, temences i impulsos, que vol ser seduït més que no pas convençut amb arguments estrictament utilitaristes... i que no dubta en emprar aquests mètodes per bastir una bona marca personal, esdevenint així consumidor i, alhora, bé de consum.

L'individu-consumidor, mogut pel desig de viure noves experiències és, doncs, un factor clau en el màrqueting modern, però no pas l'únic: apel·lar als valors personals, als neguits i propòsits, a la identitat, té, avui, un pes creixent. Sense aquesta visió integral del subjecte no hi ha autèntic valor diferencial, i sense valor diferencial no hi pot haver una experiència reeixida de venda.

Però aquests passos, bo i ser d'enorme importància, no són suficients. Ni molt menys. Un món interconnectat i on la informació flueix en totes les direccions és, també, un món en què la confiança amb la marca ja no prové només, ni principalment, de la publicitat i de les tècniques de màrqueting verticals, sinó dels *inputs* del client. La relació entre la marca i el client ja no pot seguir sent unidireccional i vertical, sinó que ha d'atorgar un paper actiu al consumidor i el seu entorn, els ha d'involucrar activament:

La relación entre marca y cliente ya no debería ser vertical, sino horizontal. Los consumidores tendrán que ser considerados amigos e iguales de la marca, que deberá mostrarles su verdadera identidad y ser sincera con ellos en cuanto a su verdadero valor. Únicamente así conseguirá ganarse su confianza. (*Ibidem* : 29).

Això implica replantejar profundament els rols respectius de consumidor i venedor. L'antiga dicotomia que s'establia entre ells es difumina progressivament i és substituïda per una relació gairebé de tipus "soci", en què ambdós col·laboren i s'involucren en la venda del producte. El consumidor, doncs, esdevé, també, venedor. Això es fa, bàsicament, en dues fases: en la primera, els consumidors són convidats a participar en el disseny i millora del producte:

Hoy carece de lógica desarrollar simplemente productos y distribuirlos en el mercado, porque lo más probable es que estén abocados al fracaso. La estrategia debe pasar por involucrar al consumidor en el proceso de desarrollo de los mismos. (*Ibidem* : 182).

En la segona fase, complementària amb l'anterior, el consumidor no es limita a contractar un bé o servei, sinó que, en cas que li hagi agradat, el recomana, el valora, hi fa suggeriments de millora; dit en altres termes: s'hi compromet, se'n fa partícip i apologeta. Apologeta, en efecte, car del es tracta és d'establir un lligam total, més propi de l'àmbit de la fe i la creença que no pas d'una relació mercantil convencional:

En el nivel más alto [del marketing] encontramos a las compañías que logran el compromiso y la participación del consumidor, quien, así, se realiza personalmente. (*Ibidem* : 177).

Ara bé, comprometre i involucrar el consumidor requereix potenciar la interacció, la vessant social. Especialment en l'entorn virtual, on les xarxes socials vehiculen no només un gruix creixent de les transaccions comercials, sinó també, i sobretot, una part substancial dels lligams socials i dels processos de construcció de la identitat. El client és alhora receptor i emissor d'un nombre en creixement exponencial de valoracions i recomanacions de parents, amics, *influencers* i seguidors. Si en el món actual tothom ha de convertir-se en un valueholder (Roberto Fusté) i desenvolupar la seva marca personal (Risto Mejide), Kotler i els seus col·laboradors emfasitzen la vessant social, intersubjectiva, de la marca:

En la era preconnectividad cada consumidor individual establecía su propia actitud hacia una marca; en la era de la conectividad el atractivo inicial de una marca está sujeto a la influencia de la comunidad a la que pertenece el consumidor, que puede determinar su actitud final. (*Ibidem* : 73).

Hi ha diverses estratègies encaminades a enfortir la interacció social entre consumidors i entre aquests i la marca. D'entre ells, els autors en destaquen dos, que, a més, incideixen en el tema que ens ocupa: la *gamificació* i el màrqueting de continguts.

Mitjançant la *gamificació* es pretén assolir un grau més elevat d'adhesió a la marca a través de l'ús de components lúdics: jocs, competicions i espectacle. Evidentment, es tracta d'augmentar l'atractiu de la marca tot fent ús de les emocions que es desencadenen en aquest tipus de processos. Però no només això: hom pretén emprar l'element lúdic per a estimular el desig de realització personal. I també de reconeixement social, en tant en quant els jocs actuen a mode de catalitzador de la interacció, dels lligams de comunitat entre els clients i la marca:

Hay varias razones por las que la gamificación supone la herramienta definitiva para implicar a los consumidores. Para empezar, aprovecha el deseo humano de alcanzar objetivos

superiores y recibir reconocimiento por ello. A algunos les motivan las recompensas, mientras que a otros, simplemente sentirse realizados. Como ocurre en los juegos, también hay cierto componente de adicción que hace que los consumidores quieran seguir “jugando” para acceder a niveles superiores. De esta manera, su interacción las compresas resulta continua, afianzando así el vínculo que les une. (*Ibidem* : 168).

La segona estratègia és el màrqueting de continguts, consistent en generar, difondre i renovar informacions, coneixements i valoracions, i en fer-ho de manera no vertical i unidireccional, sinó apel·lant a la interacció, a la generació en comú de continguts rellevants, car del que es tracta, més enllà d'obtenir informació rellevant sobre els consumidors i de poder recollir eventuais suggeriments útils de millora, és de crear un sentiment de pertinença a un grup, a una comunitat vinculada amb una marca. I, per a aconseguir-ho, cal abandonar l'antiga lògica segons la qual el coneixement és un bé privat, un actiu valuós que no ha de sortir de les mans dels seus propietaris tret d'aquells casos i moments puntuals en què interressi fer-ho, per passar a ser un recurs tant més valuós com més gent hi participi:

El marketing de contenidos es un enfoque de marketing que consiste en crear, seleccionar, distribuir y amplificar contenido interesante, relevante y útil para un grupo determinado de público con el fin de generar conversaciones en torno a él. [...] Sirve para desarrollar conexiones más estrechas entre marcas y consumidores. Las empresas que aplican bien el marketing de contenidos ofrecen acceso a los consumidores a contenido original de calidad aprovechando de paso para contarles cosas interesantes sobre sus marcas. Este tipo de marketing hace que las compañías dejen de ser meras promotoras de marcas para convertirlas en narradoras de historias. (*Ibidem* : 129).

En definitiva, segons Kotler, el màrqueting ha passat de ser un conjunt de tècniques i eines centrades en el producte a una filosofia empresarial enfocada a l'usuari, però no a l'usuari entès com un calculador sistemàtic de costos i beneficis, ni tampoc com un mer agent passiu a qui hom pot manipular a través de l'estímul dels impulsos i desitjos escaients, sinó a un agent actiu que cerca gratificacions i experiències, sí, però també sentir-se realitzat a nivell personal. I que, a més, busca sentir-se reconegut pels altres, convertint el consum en un àmbit d'interacció social, d'experimentació i de diàleg participatiu.

### **De l'empresari de si mateix a l'individu *start-up* professional i existencial**

Havent vist ja una mostra variada de com la literatura sobre recursos humans, gestió empresarial, màrqueting i autoajuda marca el camí dels trets que ha d'adquirir el nou subjecte neoliberal, passem ara a veure un parell d'anàlisis sociològics sobre aital tipus de literatura.

El primer d'aquests textos ens els ofereixen Massimiano Nicoli i Luca Paltrinieri<sup>232</sup>. Segons ambdós autors, la conjunció entre les transformacions estructurals del capitalisme neoliberal i els discursos gerencials i de management està donant lloc a una nova concepció del subjecte neoliberal. Un subjecte que ja no es concep a si mateix com un empresari sinó com una *start-up* que innova constantment, que arrisca, que canvia, que veu en la incertesa i la transformació la seva condició de possibilitat i, alhora, la seva palanca cap a l'èxit material però també, i sobretot, personal.

Abans de veure en què consisteix aquesta modalitat d'individu entès com una *start-up*, quines facetes abasta i en què es diferencia de la visió del jo com un empresa, convé fer una breu referència al context econòmic i productiu en què, segons els autors, s'emmarca.

En la fase precedent del capitalisme, el model empresarial dominant era de caire taylorista-fordista. Es caracteritzava per la integració vertical, és a dir, per la concentració de la propietat, però també de la producció i la gestió de tota la cadena de valor, en grans fàbriques, naus o oficines.

El nou model productiu i organitzatiu, en canvi, es basa en el model xarxa, on el recurs a l'externalització de bona part de la cadena de valor juga un paper clau. És, a més, un model molt més flexible, adaptable i basat en la generació i gestió de la informació i el coneixement. Per tant, allò que espera dels seus treballadors qualificats i dels seus gestors no és l'acatament ferri i disciplinari d'unes directrius rígides sinó, ben al contrari, la iniciativa, la capacitat per a improvisar, el talent o l'originalitat.

És en aquest context de canvi de la manera de produir, gestionar i organitzar l'empresa i llur relació amb treballadors, proveïdors i clients on en el decurs de les darreres dècades sorgeix un nou estil gerencial que ja no cerca regular i disciplinar comportaments sinó afavorir que cada treballador desplegui tot el seu potencial productiu, totes les seves habilitats i tota la seva creativitat. Fites, totes elles, que tenen un denominador comú o, més ben dit, una condició de possibilitat: que cada membre de la plantilla s'involucri en el projecte empresarial, s'hi impliqui, se'l faci seu en comptes de veure'l com quelcom que ve "des de dalt" i que cal acatar:

Si el taylorismo-fordismo se apropiaba de los conocimientos de los trabajadores para integrarlos e los procedimientos de producción [...] el neomanagement de cuño neoliberal insiste más bien en la autonomía y el empoderamiento de los trabajadores apelando a su iniciativa y su espíritu de empresa. (Massimiliano Nicoli i Luca Paltrinieri. "El tránsito del

---

<sup>232</sup> Massimiliano Nicoli i Luca Paltrinieri. "El tránsito del empresario de sí mismo a la start-up existencial en el marco de las transformaciones de la racionalidad neoliberal". *Recerca – Revista de pensament i anàlisi*, 24, 1 (2019) : 37-60.

empresario de sí mismo a la start-up existencial en el marco de las transformaciones de la racionalidad neoliberal". *Recerca – Revista de pensament i anàlisi*, 24, 1 (2019) : 44).

Sota aquest model gerencial, tothom —assalariats inclosos— és cridat a actuar i a veure's a si mateix com una empresa. I, com a tal, ha de gestionar amb cura cada moviment que fa i cada decisió que pren, ha d'optimitzar al màxim els seus recursos i aprofitar totes les oportunitats que li ofereix el mercat, i ha de sotmetre's a una disciplina i un esforç constant, incessant. I tot això per la seva pròpia iniciativa, en comptes d'obeir instruccions alienes.

Òbviament, aquest individu-empresari de si mateix ha de procurar rendir al màxim i acumular el major capital possible. Però això no és tot, ni molt menys. També ha de procurar gestionar la seva vida seguint aquest model, fins i tot en aquells àmbits que no tinguin a veure amb l'empresa, els negocis i l'economia. Al capdavall, seguir i dur a terme les pautes gerencials aplicades a esdevenir empresari també li serviran per a realitzar-se a nivell personal, per a reeixir en qualsevol fita que es proposi:

Cada individuo está llamado a gestionarse a sí mismo, conocerse a sí mismo, controlarse a sí mismo, organizarse para ser más eficaz y productivo en el trabajo, pero también, y sobre todo, en la vida. [...] Las tecnologías neomanageriales no son únicamente una forma de incrementar el rendimiento en la empresa, sino que también representan para el individuo una oportunidad y una promesa de realización, un paquete de herramientas para trabajar en uno mismo. (Massimiliano Nicoli i Luca Paltrinieri, 2019 : 45-46).

Aquest és, a grans trets, el model gerencial que ha dominat el panorama empresarial, però també la construcció de l'imaginari sobre el jo, en el decurs de les darreres dècades i que Foucault ja va albirar cap als darrers anys de la seva vida. Tanmateix, ara ha quedat superat. L'empresari com a model, pauta i guia per al treball sobre un mateix ja no és suficient; hi ha, al nostre abast, una figura a qui veure com a referent. La *start-up*, entesa com un perfil d'individu que ja no en té prou amb l'autodisciplina i en fer un càlcul constant de costos i beneficis aplicable fins i tot quan hom no cerca diners, sinó que exigeix més de nosaltres: un esforç de perfeccionament perpetu que passi per arriscar-se, canviar de forma radical, viure en la incertesa:

Se nos exhorta a trabajar sobre nosotros mismos para superar incluso la mera condición de empresarios y aspirar a una nueva condición en la cual la vida y la carrera han de concebirse como start-up en pleno crecimiento. Para ello [...] es necesario considerar la propia vida como un *work-in-progress*, un trabajo de perfeccionamiento continuo. [...] Ya no se trata de gestionar de manera gerencial cada aspecto de la vida de acuerdo con un cálculo coste-beneficio, de planificar la propia existencia para obtener resultados mesurables y alcanzar objetivos fijados conscientemente a través de un ejercicio de autocontrol, sino que ahora se trata de aceptar exponer el propio capital individual al riesgo especulativo. (*Ibidem* : 49-50).

El risc és, en efecte, el marc natural en què es mou l'individu *start-up* i la seva principal fita. Ara bé, els efectes d'aquesta opció són considerables. Suposen anar un pas més enllà de l'ésser humà entès com un empresari de si mateix i una ruptura clara, radical, amb l'homo oeconomicus clàssic: aquest darrer es limitava a optimitzar els seus recursos en un entorn relativament fix, a calcular els millors mitjans per a assolir les seves fites tot tenint en compte les circumstàncies, mentre que el model d'*start-up* es basa en anar més enllà d'aquestes circumstàncies i per marcar, ell mateix, no sols els mitjans, sinó també les fites... una vegada i una altra, en un procés de canvi continuat, d'adaptació incessant a un marc d'incertesa i risc:

El inversor del propio capital humano no es tanto un individuo parsimonioso y calculador, concentrado en su plan de carrera, sino un experimentador del cambio continuo. (*Ibidem* : 50).

Els beneficis d'aquest model en un entorn laboral i professional ultracompetitiu i en perpetua transformació són considerables. Afavoreixen la màxima creativitat, la total implicació amb el projecte empresarial i la predisposició al canvi disruptiu i la millora constants:

El contrato psicológico actual reclama trabajo de alta implicación y la posibilidad de autoproducirse, validarse y reconocerse como emprendedor y gestor efectivo de uno mismo. (*Ibidem* : 46).

Amb tot, els autors remarquen una vegada i una altra que els efectes d'aquest nou model van molt més enllà del món de l'empresa i de l'economia. Es tracta, ni més ni menys, que d'una "ultrasubjectivació", és a dir, de fer que cadascú adopti i faci seu aquest model davant qualsevol situació, davant qualsevol àmbit vital. Comprometre's de manera integral en un procés de canvi continu, de superació constant dels límits, d'anar més enllà de la norma, fins i tot més enllà del que es considera òptim. I de fer-ho en tot moment i circumstància. Estem davant

Una producción de subjetividad que no tiende tanto a un sólido y estable dominio de sí [...] sino a buscar un continuo más allá, una superación infatigable de uno mismo. (*Ibidem* : 47).

En aquest context, acumular béns i propietats deixa de tenir sentit. Tanmateix, això no implica un rebuig de l'adquisició; del que es tracta, més aviat, és d'estar disposat a canviar-los constantment, a concebre'ls com una inversió que cal diversificar i actualitzar constantment, tot comprant, venent, llogant, accedint o compartint segons convingui en cada moment i circumstància. Assumint sempre, però, que la inversió més important, i la més valuosa, és la que hom fa sobre si mateix:

En una sociedad que se presenta cada vez menos como una inmensa acumulación de bienes y cada vez más como una colección diversificada de títulos de inversión [...], cada individuo de be ser capaz de diversificar sus Inversiones en sí mismo y de asumir la incertidumbre. (*Ibidem* : 51).

## **Indústria de la felicitat, emprenedoria i nova normalitat**

*A Happycracia: cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*<sup>233</sup>, el psicòleg Edgar Cabanas i la sociòloga Eva Illouz argumenten que en l'actualitat la recerca de la felicitat s'ha convertit en una autèntica tirania, en un objectiu al mateix temps exigible a tothom i impossible d'assolir. De la mà de de l'anomenada "psicologia positiva" i de l'omnipresent sector de l'autoajuda, s'està erigint un potent discurs que, sota una aparença científica més que discutible, esdevé un autèntic artefacte ideològic, que serveix d'excusa, coartada i catalitzador per a difondre la cosmovisió neoliberal i, de pas, per a fer que l'individu —i mai l'ordre socioeconòmic o les dinàmiques institucionals— sigui considerat l'únic responsable del seu èxit o del seu eventual fracàs. En el marc d'aquesta recerca, el focus d'atenció es posarà no en l'anàlisi crítica dels suposats fonaments científics d'aquesta "indústria" de la felicitat, sinó en com i perquè esdevé una peça clau en la configuració del subjecte neoliberal, però també en un aspecte relacionat amb les tesis de Foucault abans analitzades: com la felicitat, entesa com un procés constant i mai com un estat de plenitud i calma, esdevé la nova norma, la nova normalitat.

Però si la felicitat té, avui, tantes repercussions és, en primer lloc, perquè s'ha convertit en un discurs omnipresent, però també en un munt de pràctiques —tallers, sessions, teràpies, coaching, exercicis, etc.— que, a banda de generar un negoci cada cop més potent, es fonamenta sobre una visió amb aspiracions científiques. La felicitat, avui, ja no és considerada com un estat subjectiu difícilment mesurable i comparable, ni tampoc com un constructe social que depèn de factors de tipus cultural, sinó com quelcom que pot ser analitzat, mesurat, contrastat i comparat. En definitiva, com una ciència:

La psicología positiva y la economía de la felicidad comparten una misma convicción: que la felicidad no es ni un constructo mal definido [...] ni un constructo especulativo con multitud de matices históricos y filosóficos [...]; se trata, por el contrario, de un concepto objetivo, universal y susceptible de ser medido de forma imparcial y exacta. (Edgar Cabanas i Eva Illouz. *Happycracia: cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*, 2019 : 47).

Aquesta nova ciència, a més, té un caire eminentment pràctic. És plenament aplicable tant als individus com a les empreses i fins i tot als països:

La vida buena coincide hoy con las exigencias de la tecnocracia: las evaluaciones de los estados de ánimo y de los sentimientos, intenciones, tendencias y hasta de los recovecos más profundos de la psique son susceptibles de integrarse en cálculos a gran escala sobre el ánimo de las masas, la productividad y el progreso económico. (Edgar Cabanas i Eva Illouz, 2019 : 48).

---

<sup>233</sup> Editat a Barcelona per Paidós l'any 2019.

Un postulat bàsic d'aquest discurs amb aspiracions científiques és l'estret lligam entre felicitat i individualisme. D'entrada, perquè el receptor d'aquests discursos i aquestes pràctiques és, sempre, l'individu; més concretament, l'individu en ell mateix, al marge de la família, de les amistats o les relacions socials que mantingui. Però també perquè la felicitat es considera sinònim de desenvolupament de l'autonomia, l'autocontrol i l'autosuficiència personals, mentre que tot lligam intens amb altres persones és vist com una forma de dependència i, per tant, com un obstacle:

Conceptualmente, la psicología positiva asocia felicidad e individualismo de forma muy estrecha, hasta el punto de concebir el individualismo como una condición cultural y ética necesaria para la felicidad y de concebir la felicidad como la justificación científica y moral del individualismo. (*Ibidem* : 65).

Aquest vincle queda reforçat perquè hom considera que és l'individu, i només ell, el responsable del grau d'assoliment de la felicitat. Les reflexions sobre les circumstàncies col·lectives que afavoreixen o dificulten la "bona vida" són pràcticament inexistents. Tot el focus descansa en la predisposició, les ganes i la constància que hi posi l'individu. Per tant, cadascú és el responsable únic i exclusiu del grau de felicitat que hagi aconseguit.

La felicitat, concebuda com quelcom objectiu i mesurable que és possible assolir mitjançant un seguit de tècniques que tenen com a únic referent el subjecte, entès com un individu plenament autònom, responsable dels seus actes i dels seus resultats i fins i tot autosuficient, encaixa plenament en la visió neoliberal del subjecte:

El neoliberalismo ha de entenderse como una filosofía individualista focalizada esencialmente en el yo, y cuyo postulado antropológico principal puede resumirse en la asunción de que todos somos actores independientes y autónomos que, unidos por el libre mercado, construimos nuestro propio destino haciendo sociedad por el camino. De ahí que debamos [...] interesarnos por sus máximas éticas y morales, según las cuales todos los individuos son (y deberían ser) libres, estratégicos, responsables y autónomos. (*Ibidem* : 62).

Fixem-nos, molt especialment, en la darrera frase: més enllà dels discursos de caire econòmic, el neoliberalisme necessita un plus de legitimitat. I aquí és on entra la indústria de la felicitat: apel·lant al benestar psicològic, al gaudi, més que no pas a l'interès crematístic, s'aconsegueix donar una pàtina ètica al model neoliberal del 'individu.

Una pàtina ètica que, a més, es veu reforçada per la credibilitat científica que cada cop més especialistes i institucions li atorguen. La vessant ideològica queda, així, amagada sota un discurs capaç d'apel·lar, alhora, als valors i a l'objectivitat científica:



Si la felicidad ha llegado a tener el protagonismo que hoy tiene es porque se ha demostrado especialmente útil para reavivar, legitimar y reinstitucionalizar el individualismo en términos aparentemente no ideológicos gracias a su discurso científico. (*Ibidem* : 63).

Un dels aspectes en què es posa més clarament de manifest la convergència entre la construcció neoliberal del subjecte i la indústria de la felicitat el tenim en la figura de l'emprenedor, entès com algú que es realitza a si mateix i, per tant, assoleix un major grau de felicitat, a base d'innovar i d'aportar solucions diferents, creatives i sempre originals davant qualsevol repte o dificultat:

Persistente, autogestionado, resiliente y optimista, el emprendedor también se presenta como una de las personas que más crecen personalmente como consecuencia de tener claros los propósitos de la vida. (*Ibidem* : 113).

Aquest tarannà resilient, optimista i creatiu de l'emprenedor té la seva principal plasmació en la marca personal. Amb la marca individual, la mercantilització del jo i l'apel·lació a l'essència i al propòsit i valors que animen l'individu es conjuminen i es reforcen mútuament per a diferenciar-se, tal i com ja s'ha vist en diversos llibres sobre management i autoajuda aquí analitzats. Cabanas i Illouz hi coincideixen plenament, tot i que des d'una voluntat de criticar-ne la mercantilització, en comptes de lloar-la o emascarar-la:

La "marca personal" es el ejemplo por excelencia de mercantilización de la autenticidad, es decir, de automercantilización, Definido como el arte de invertir en uno mismo para mejorar las propias posibilidades de éxito y de empleabilidad, el concepto de marca personal combina las nociones de autopromoción y de autenticidad para presentar al individuo como una suerte de producto único con logotipo propio. En tanto marcas, los individuos deben definir qué tienen de diferente, de auténtico y de indispensable, qué virtudes y fortalezas les definen y hacen únicos [...]. Se trata no solo de marcar la diferencia, sino de vender esa diferencia. (*Ibidem* : 138).

I, en aquesta equació que fa de l'autenticitat i de l'afany per vendre termes quasi sinònims, la felicitat hi juga un paper clau, en tant en quant perseguir ambdues fites amb disciplina, però també amb ganes i constància, redunda en major felicitat. I aquesta, al seu torn, atorga un plus de passió, energia i creativitat que resulta essencial per a augmentar el *valor* de la marca personal.

Però tant o més importants que aquests elements és el fet que aquesta concepció individualista de la felicitat buida la condició de possibilitat de qualsevol crítica a aquesta indústria i, de pas, a la cosmovisió neoliberal sobre el jo. Davant el patiment psicològic, i davant el fracàs personal en general, l'individu n'és l'únic responsable. Si hom no és feliç és o bé perquè no ha fet un procés d'autoanàlisi que el porti a trobar allò que l'apassiona, el propòsit que, en tant que plasmació de la seva essència, l'anima i l'impulsa, o bé perquè li manca perseverança i coratge per

a perseguir-lo. I, en qualsevol dels dos supòsits, ell, i només ell, és qui hi pot posar remei. Més enllà de donar consells i orientacions, qualsevol ajut, qualsevol solidaritat, i no diguem ja qualsevol qüestionament de l'ordre imperant, esdevé inútil. Pitjor: contraproduent, en tant en quant dificulta la necessària presa de consciència individual de la necessitat de dur a terme un procés de canvi personal:

Lo grave es que la felicidad se haya convertido en una actitud tiránica que juzga a todos como los únicos responsables de su impotencia, de su situación y de su sufrimiento [...]. En un mundo donde cada persona es considerada la única responsable de su sufrimiento, hay poco espacio para la piedad, la compasión y la solidaridad. En un mundo donde cada persona se supone dotada de la capacidad para convertir la adversidad en oportunidad y en crecimiento personal, también hay poco espacio para la disconformidad, la protesta o la queja. (*Ibidem* : 174)

Fins aquí, l'anàlisi del contingut d'aquest llibre s'ha centrat en l'individu. Cal tenir present, però, que la potent indústria de la felicitat vehicula uns discursos i unes pràctiques que també són molt útils per a les empreses. Una utilitat per partida doble: en tant que eina per a augmentar la productivitat i, per tant, els resultats empresarials, però també com a eina de legitimació d'aquestes.

En tant que eina per a augmentar la productivitat, la felicitat s'insereix en la nova visió del capital humà, segons la qual la motivació, l'autorealització, el gaudi i, sobretot, la felicitat esdevenen claus per a aportar el plus d'innovació, qualitat i creativitat que les empreses necessiten en l'entorn actual:

El capital psicológico positivo pretende llevar la noción de “capital humano” [...] un poco más allá, centrándose en la necesidad de desarrollar todos aquellos aspectos que contribuyen a aumentar la felicidad —fortalezas, emociones positivas, autoeficacia, optimismo, resiliencia, etc.— y que ayuden a los trabajadores a aumentar sus posibilidades de éxito, perseverar en las metas que se proponen, ser más competitivos y superar los momentos de adversidad. (*Ibidem* : 103).

No menys rellevants —de fet, encara més rellevants— són les aportacions de la indústria de la felicitat a la legitimació del capitalisme neoliberal. D'una banda, l'enaltiment de l'autosuficiència i l'autonomia, combinades amb la passió o la creativitat com a elements constitutius de la felicitat, constitueixen el marc idoni per a la pràctica desaparició de qualsevol mena de compromís de l'empresa amb el treballador, entès ara com un empresari de si mateix:

Era necesario un nuevo contrato laboral que permitiera seguir manteniendo al trabajador unido a la empresa, pero sin que esta última se comprometiera, ni tácita ni explícitamente, con

el primero. La solución pasaba por otorgar mayor autonomía y responsabilidad al trabajador, es decir, por concebir a cada uno de los trabajadores como empresas en sí mismas. (*Ibidem* : 98).

D'altra banda, si en la visió clàssica en matèria de recursos humans hom partia de la base que calia que la mà d'obra s'adaptés a unes condicions de treball fixades, ara del que es tracta és d'implicar tothom en el canvi i la redefinició constant d'aitals condicions. De l'adaptació i l'acatament es passa a la coparticipació orientada al canvi constant. Apel·lant, una i altra vegada, a la llibertat, l'autorealització i la felicitat que suposa optar per aquesta via.

Però el canvi més radical, bo i estar molt associat a l'anterior, rau en assumir que no és un bon rendiment i un bon ambient de treball allò que crea felicitat, sinó que és la felicitat —un estat intern que depèn exclusivament de cadascú— allò que determina el grau d'èxit professional. Altrament dit, ja no es tracta de tenir èxit en la professió com a via per a ser feliç, sinó que cal ser, ja d'entrada, feliç com a requisit *sine qua non* per a l'èxit:

La función de la psicología en el trabajo consistía en ofrecer a los trabajadores técnicas y herramientas para adaptarse mejor a sus condiciones laborales [...] pero no para cambiarlas. A este respecto, la actual aplicación de la psicología positiva en el ámbito laboral no supone sino una vuelta de tuerca más en esta misma dirección. Con un importante añadido: el éxito laboral ya no determina la felicidad del trabajador; más bien al contrario, es la felicidad del trabajador lo que determina el éxito de su vida profesional. (*Ibidem* : 100).

Ara bé, tot el potencial vertebrador i legitimador que té la felicitat en l'àmbit personal i en el món de l'empresa és possible gràcies a una redefinició radical del significat d'allò que s'entén per salut mental, per benestar emocional i per normalitat. Abans ja s'ha esmentat el canvi que suposa concebre la felicitat com quelcom objectiu, mesurable i assolible en virtut d'un seguit de pautes i tècniques que depenen de l'individu (i mai de l'entorn social)... Ara és el moment d'analitzar un altre tret, el pas de concebre la felicitat no com una fita estable, definida amb uns paràmetres, a entendre-la com un *procés*, com un seguit de canvis constants i inacabables, com una cursa incessant en virtut del qual el subjecte s'ha d'escrutar i analitzar a si mateix, sempre a la recerca de noves oportunitats de millora i de nous reptes. Reptes que, un cop assolits, porten a buscar-ne un altre encara més ambiciós, en una espiral sense aturador possible.

L'altra cara de la moneda de la felicitat entesa com un procés de millora continuada és l'angoixa permanent davant qualsevol símptoma de fracàs, de defalliment o, simplement, d'estancament:

La industria de la felicidad vive de [...] que se asuma como normal o incluso deseable la idea de que la forma más provechosa, funcional y saludable de vivir es estar continuamente preocupándose por corregir supuestas deficiencias psicológicas y por buscar nuevas y mejores

formas que reporten en una mayor felicidad. Industria y ciencia de la felicidad contribuyen de esta forma a crear una nueva generación de algo así como “hipocondríacos emocionales” o “happycondríacos”, obsesionados constantemente con su bienestar y crecimiento personal. (*Ibidem* : 145).

El llibre dedica una atenció important a mostrar els efectes nocius d'aquesta concepció del benestar psicològic basada en l'automillora constant. Atès l'abast de la present recerca, no s'entrarà aquí a analitzar aitals efectes, però sí paga la pena assenyalar que l'obsessió actual per assolir nous i més elevats nivells de satisfacció i l'auscultació constant davant el mes mínim símptoma de no assolir-los, de no estar a l'alçada de les expectatives, pressuposa i implica una contradicció en els termes que necessàriament provoca desassossec. Un desassossec que, al seu torn, alimenta el desig de recórrer a noves teràpies i tècniques:

La normativa que promete alcanzar la mejor versión de uno mismo es la misma que asume que esa mejor versión nunca se alcanzará. Así, lo que por un lado ofrece completitud y plena satisfacción personal, por el otro produce una recurrente sensación de vacío y una constante y obsesiva preocupación por subsanarlo. (*Ibidem* : 149).

Per al tema de la present recerca, cal prestar atenció a un dels efectes més remarcables de la felicitat entesa com un procés de millora continuada i de constant autoanàlisi: el pas d'una concepció de la salut mental centrada en l'absència de patologies clarament identificables i en l'assoliment d'un cert equilibri en què el malestar i el patiment estiguin acotats, a una concepció de la salut entesa com una presència constant de pensaments i emocions “positives” i com un procés de millora constant:

El continuo de la felicidad ha ido progresivamente tomando el relevo de lo que se considera una persona sana, funcional y normal. La felicidad se postula, así, como la nueva normalidad [...]. En este sentido, los psicólogos insisten en que el bienestar no es la simple ausencia de depresión, que la salud no es la simple ausencia de enfermedad o que la normalidad no es simple balance entre lo positivo y lo negativo. Al contrario, los aspectos positivos —tanto desde el punto de vista emocional como cognitivo— deben superar a los negativos. (*Ibidem* : 154-155).

Estem assistint, per tant, el pas d'unes ciències de la salut centrades en establir una norma, uns criteris estàndards en base als quals diferenciar el gruix de la població, *normal* i per tant sana, de la minoria que se n'aparta i que, en conseqüència, són malalts a qui cal curar per reintroduir-los dins la normalitat, a una concepció de la salut mental com un procés inacabable en què cadascú s'ha d'auscultar a si mateix a la recerca del més mínim pensament o actitud negativa i en què qualsevol avenç és només una etapa més d'una cursa sense meta final. Cosa que equival a afirmar que la indústria de la felicitat aposta decididament per passar d'una lògica disciplinària en sentit

foucaultià, on els sabers i les institucions de vigilància imposen uns criteris estandarditzats a tothom, a una altra lògica on cadascú ha d'entrar en una competició constant —amb els altres, però també amb si mateix— a la recerca d'uns nivells de gaudi cada vegada majors, mesurats en funció d'uns paràmetres individualitzats i cada cop més exigents.

I, tenint en compte que la indústria de la felicitat juga un paper clau en la construcció i en la legitimació del model d'individu neoliberal, l'impacte del biopoder foucaultià a aquest psipoder (per emprar l'expressió, analitzada més amunt, de Byung-Chul Han) és, sens dubte, considerable. La indústria de la felicitat, doncs, no és només una fabulosa fàbrica d'ingressos per als qui en saben treure el rèdit, sinó que també és una poderosa eina de legitimació del subjecte neoliberal. I, per últim, és també un instrument clau en el pas de la societat disciplinària a una altra on la recerca constant d'una autorealització i una felicitat cada cop majors i en perpetu procés de transformació juga un paper clau en l'(auto)disciplina.

### **Recapitulant: literatura sobre superació personal i gestió empresarial**

Després d'haver examinat una tria dels textos més representatius (i més venuts) sobre atòajuda, màrqueting i gestió de recursos humans, ha arribat el moment de fer-ne una anàlisi i una valoració global. Amb el benentès que allò que aquí ens interessa no és tant una síntesi de les principals idees i conceptes sinó intentar veure què aporten als objectius d'aquesta recerca, és a dir, en què convergeixen amb les anàlisis teòriques abans exposades i en què no, i perquè. La visió de l'individu neoliberal reflectida en aquests textos, coincideix a grans trets amb la de determinats analistes? Hi ha aspectes remarcables que no hagin estat teoritzats? I, d'altra banda, com es legitima, com és presentat aquest nou model del jo de manera que sembli quelcom natural i/o desitjable i atractiu?

El primer que cal destacar, però, és l'elevat grau de coincidència dels textos aquí exposats, amb l'única excepció del que fou escrit ja fa gairebé noranta anys, és a dir, el llibre de Dale Carnegie. Quant a la resta, cadascun d'ells aporta matisos propis i perspectives específiques, cert, però el fons, i fins i tot el llenguatge i els recursos formals emprats —frases curtes i impactants, apel·lacions directes al lector, ús abundant tant d'exemples concrets com de metàfores i fins i tot paràboles i petites narracions a fi i efecte de fer més entenedor el missatge i transmetre'l de manera més efectiva— és el mateix.

Així, tots els textos analitzats pertanyents a les darreres dècades —és a dir, tots menys el de Dale Carnegie— coincideixen en concebre el canvi permanent i continu com quelcom no tan sols inevitable, sinó també positiu. Transformar pautes i rutines, tant dins com fora de la feina,

proposar-se noves fites i anar-les canviant segons evolucionin les circumstàncies, és presentat com si fos un fenomen natural. Més encara: com una cosa que, bo i tenir molts riscos i requerir un esforç constant, en el fons és divertida, apassionant, engrescadora. Adaptació resignada —o, millor, alegre i entusiasta— d'allò que ens ve de fora? No, ni molt menys: el canvi no consisteix només en una adaptació passiva a les circumstàncies, sinó que del que realment es tracta és d'intentar anticipar-s'hi, d'estar a l'aguait del més mínim signe de cap on poden anar les coses per moure's ràpidament vers aquella direcció. I de fer-ho abans que ningú. Cal "moure's amb el formatge". Tanmateix, i ja que al·ludim a *Quién se ha llevado mi queso*, hi ha una diferència significativa entre aquesta obra, escrita als anys 90 del segle passat, i la literatura més actual: aquesta darrera convida a innovar, a capgirar-ho tot, no només quan hi ha el més mínim indicatiu de canvi en l'entorn, sinó de fer-ho fins i tot quan les coses van bé. La disrupció constant esdevé la norma, no l'excepció. I ja no es tracta només d'adaptar-se al canvi, ni tan sols d'anticipar-s'hi, sinó també, i sobretot, de provocar-lo, de crear-lo.

No menor és la coincidència que posen tots els textos en pretendre que els seus consells i principis no tenen com a únic àmbit l'economia i les finances. Ni molt menys! Tots ells ens exhorten a enllestir un procés de transformació personal i a avaluar constantment els resultats d'aital procés. I de fer-ho en tots els àmbits de l'existència. Lluny de voler fer del lucre l'únic mòbil de l'acció, se'ns commina una vegada i una altra a fixar-nos fites per millorar tots els aspectes de la nostra vida. Amistats, parella, felicitat, autoestima o lleure: tot ha de ser revisat, tot és susceptible de ser millorat i, per tant, de ser modificat. L'únic que roman és la necessitat d'autoavaluar-se de manera exhaustiva.

Autoavaluació constant i incessant, sí, però entesa no com una tasca d'asceti personal, de privació i austeritat en ares de l'assoliment de la fita desitjada, sinó com una cosa a fer amb passió, amb ganes i sense reparar en mitjans (ni en despeses). Ara bé, d'on prové aquesta passió? Bàsicament, del fet que tots i cadascuns dels esforços que fem, per feixucs i difícils que siguin, emanen d'un propòsit lliurement triat per nosaltres. Però no d'un propòsit qualsevol, sinó d'aquell que està cridat a orientar i vertebrar la nostra vida. I que ho està justament perquè és una emanació d'allò que realment som. Del nostre jo més autèntic però que sovint desconeixem... fins que l'ajut d'un *coach* o un text inspirador ens mostra el camí per trobar-lo i accedir-hi.

De l'essència personal a la missió que està cridada a vertebrar tot allò que fem en la nostra vida, i d'aquesta a la passió que posem en ser cada dia més exigents amb nosaltres mateixos, en buscar una altra fita encara més difícil tan bon punt hem aconseguit el que ens proposàvem. Heus aquí l'element que, per damunt de qualsevol altre, serveix per legitimar el procés sense aturador de transformació del jo, de creació d'una nova subjectivitat. I heus aquí, també, la primera aportació destacable d'aquests textos per al tema que ens ocupa. La transformació incessant de

l'individu entès en la seva totalitat és un tema que ja s'ha pogut copsar en bona part dels pensadors aquí analitzats. Fonamentalment, des de l'òptica de la mercantilització del jo com a resultat de l'extensió del principi de competència a tots els àmbits (Christian Laval i Pierre Dardot, 2013), però també des de l'òptica del consum, entès com una eina de configuració del jo i de la relació amb els altres basada en la lògica de la seducció (Gilles Lipovetsky (2000) o Gonçal Mayos (2019) i/o en la necessitat de crear una marca personal per tal de ser algú, d'obtenir reconeixement i accés als béns de consum (Zygmunt Bauman). Fins i tot hem pogut veure, de la mà d'Ève Chiapello i Luc Boltansky (1998, 2002), com la dimensió estètica, amb el seu èmfasi en la creativitat, la impulsivitat i el desplegament del talent i la singularitats inherents al jo més genuí, afegeix —de la mà, això sí, de la seva creixent convergència amb la lògica mercantil i capitalista (Gilles Lipovetsky, 2015)— un element de legitimació cabdal als processos actuals de construcció del jo que, a més, permet entendre el pas del consumidor passiu de fa unes poques dècades al “prosumidor” actual, co-generador i co-difusor d'allò que consumeix. Doncs bé, els textos aquí analitzats presenten una significativa afinitat amb aquest darrer factor: coincideixen en apuntar que l'emprenedoria, lluny d'obeir a un mòbil merament econòmic, prové de la passió, i aquesta, al seu torn, del fet d'obeir al progressiu desplegament de la missió personal, d'una missió que emana directament d'allò més genuí que hi ha dins de cadascú. Tanmateix, aquests textos aporten un darrer ingredient a aquest còctel, un ingredient que ni la figura de l'artista ni la resta de factors teòrics que s'han pogut analitzar recullen: la descoberta d'aquest jo autèntic seria el resultat d'un seguit de passes que, sota l'assessorament adient, hom pot aplicar de manera metòdica i racional. La passió, la creativitat, l'esperit disruptiu o la voluntat de transformació personal són reivindicades, i d'una manera rotunda, però a costa de perdre una part important de l'aureola màgica i inconformista que envolta la figura de l'artista per passar a ser quelcom que es pot assolir si hom segueix de manera metòdica unes pautes establertes.

En qualsevol cas, aquest desplegament del propòsit vital que emana del jo, de l'ésser, porta a una segona aportació d'aquest tipus del literatura al tema que ens ocupa. Ens referim al pas de la noció d'*homo oeconomicus*, és a dir, com algú que calcula costos i beneficis sense qüestionar la realitat que li ve donada, a l'emprenedor, entès com algú que ha superat la idea clàssica d'empresari i que es percep a si mateix com un individu que constantment crea i innova coses, però que per damunt de tot allò que crea i que innova és el seu jo, és ell mateix. Certament, aquesta noció ja l'hem vist apuntada a les sessions que Michel Foucault impartí al Collège de France el curs 1978/1979, i posteriorment desenvolupada en Christian Laval i Pierre Dardot (2013), Wendy Brown (2016) o Gonçal Mayos (2019), però l'argumentari dels textos aquí analitzats ultrapassa l'àmbit econòmic i productiu per a fer d'aquest model el resultat no d'un mer càlcul instrumental sinó de quelcom intensament volgut i anhelat perquè prové d'allò a què hom està cridat a fer en aquesta vida. Amb tot, per acabar de copsar l'abast i la rellevància d'aquesta

aportació, però sobretot la seva novetat, pot resultar útil recordar que el gran clàssic de la literatura d'autoajuda aquí analitzat —*Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*, escrit per Dale Carnegie als anys 30 del segle passat— parteix d'un implícit que en cap moment es qüestiona: un cop arribat a l'adulthood, els trets bàsics de la personalitat romanen estables. Podem aprendre noves tècniques de persuasió, podem arribar a ser molt més eficaços, podem influir sobre els altres fins al punt d'aconseguir que canviïn completament de punt de vista, però la base de cadascú, els seus propòsits i interessos bàsics, romanen inalterables. D'on es dedueix que hom pot treballar per canviar el *com*, per a ser més eficaç, més empàtic i més sagaç, però no per canviar el *què*; és a dir, no per a endegar un procés de transformació personal constant. Que és justament allò que, per damunt de tot, proposa aquest gènere en l'actualitat. El canvi entre la visió del subjecte del management i l'autoajuda actual davant el de fa unes dècades és, doncs, qualitatiu, radical.

Un tercer ingredient que aporta l'anàlisi d'aquest tipus de literatura és la manera en què expliquen l'èxit i la prosperitat material i contribueixen a legitimar-los. Per descomptat, segons el seu argumentari només s'assoleixen si hi ha un treball dur; un treball enfocat, sobretot, a la transformació permanent del jo. Fins aquí, la línia conflueix perfectament amb l'enfocament teòric iniciat per Michel Foucault als seus darrers anys i que diversos autors aquí analitzats, i en especial Pierre Dardot i Christian Laval, han desenvolupat amb detall amb la seva noció d'individu entès com un empresari o, més ben dit, un emprenedor, de si mateix. Tanmateix, això no és tot. Si al paràgraf anterior al·ludíem a que la literatura d'autoajuda i el *coaching* insisteixen que l'èxit i la prosperitat són el resultat, lògic i gairebé inevitable, d'haver sabut i volgut connectar amb allò que ens inspira perquè representa el més bo i genuí de cadascú, ara arriba el moment d'afegir-hi un factor més: el procés d'(auto)transformació incessant del jo ens fa, també, més feliços. Justament perquè és l'expressió, la plasmació, d'allò que en realitat som però que, si no hi parem esment i no ens hi esforcem, tendim a oblidar i negligir. S'estableix, de facto, una equació entre èxit, felicitat i retrobament de l'essència personal. Dit en altres termes: allò més bo de cadascú rau en el seu autèntic jo; per tant, si hom permet desplegar-lo, se sentirà realitzat i feliç, i a sobre acabarà reeixint en allò que es proposi, ja sigui més d'hora o més tard. Aquests textos, doncs, semblen corroborar la tesi d'Edgar Cabanas i Eva Illouz (2019) segons la qual en aquest tipus de literatura el nexa causal entre prosperitat i productivitat, d'una banda, i felicitat, de l'altra, ha experimentat una significativa inversió: si fins fa poc l'assoliment de les dues primeres menava a la felicitat, o si més no hi podia contribuir significativament, ara la relació s'inverteix: qui gaudeix de prosperitat és perquè és creatiu i proactiu, però si és creatiu i proactiu és perquè ha assolit la felicitat. La felicitat autèntica, la que prové de la connexió amb el propòsit vital de cadascú. I que hi connecta, justament, perquè representa el millor i el més genuí. Un corol·lari que, de manera gairebé inevitable, té una contrapartida: qui ha fracassat, qui no té riqueses ni estatus ni se sent realitzat



a la feina (si és que en té) és perquè no és feliç. I no ho és, ni ho pot ser, perquè no ha sabut, no ha volgut o no ha perseverat en aquest camí que mena al descobriment del jo, a la identificació del propòsit vital que el motiva i l'inspira. L'omnipresència d'aquesta mena de discursos en la teoria i la praxi de l'autoajuda i el *coaching* constitueix un tema que encara no ha estat analitzat amb tota la profunditat que mereix el tema. I, semblantment, tampoc no s'ha prou esment a una derivada molt directa d'aquest postulat: com aquests textos basteixen i difonen un relat que contribueix a legitimar i naturalitzar allò que, segons les diverses obres Zygmunt Bauman i d'Ulrich BeckBun constitueix un dels trets cabdals de la fase actual de la modernitat, a saber: l'abisme entre els riscos i les noves formes d'exclusió generades de manera estructural i l'assumpció estrictament individual de tota possible responsabilitat davant l'eventual dissort i fracàs.

No menys importants són les aportacions d'aquests textos en el tema concret de la propietat i de les noves formes de compartició. Per ser més precisos, potser no tant en el tema de la propietat, on, en tot cas, ofereixen arguments més detallats a allò que, en realitat, alguns dels pensadors aquí analitzats ja recullen: acumular propietats, actius físics i mà d'obra, no té sentit perquè les noves tecnologies, el treball en xarxa i el canvi constant fan possible centrar-se en aquelles operacions de valor afegit més alt (com ara l'explotació intel·ligent de dades) i externalitzar tota la resta, en la línia del que ja s'ha vist en diversos analistes, i en especial Nick Srnicek (2018). Però sí són rellevants, en canvi, les aportacions a l'economia i la lògica de la compartició, on hi ha dues idees que, sense ser gaire diferents al que ja s'ha analitzat, aporten informació útil: d'entrada, la noció que, en un entorn ultracompetitiu on cal singularitzar-se a base de creativitat i innovació, recórrer al talent que més i més gent, i de tipologia ben variada, està disposada a compartir constitueix un actiu intangible d'enorme valor que pot marcar la diferència (Salim Ismail i altres, 2016). I, en segon lloc, el fet que convidar els clients a participar en el disseny de productes i serveis i compartir amb ells informacions de diversa mena contribueix a fer que deixen de tenir una relació merament de client per passar a tenir amb l'empresa una relació de membre, gairebé d'adepte. I això només ho pot donar el sentiment de pertinença, el fet de sentir-se valorat i escoltat, i de participar en una mena d'intercanvi que no es presenta com quelcom merament crematístic o utilitarista, sinó com quelcom gratuït, espontani. La lògica del do (Marcel Mauss, 2009) i de la *Gemeinschaft* (Ferdinand Tonnies, 1984) posada al servei del màrqueting i els algoritmes més sofisticats. En aquest punt, doncs, aquests textos, i en especial *Organizaciones exponenciales* (2016) i *Marketing 4.0* (2018), coincideixen amb la tesi de Lawrence Lessig (2012) segons la qual les grans empreses actuals alternen l'ús de l'economia col·laborativa i del capitalisme més rotund segons convingui, tot apel·lant a pautes i lògiques que fins ara pertanyien a àmbits ben diferents. Amb un avantatge: proporcionen més detalls, més elements per a entendre com opera aquesta convergència a nivell discursiu.

Tendència creixent, doncs, al lloguer, l'accés i, sobretot, a la compartició. I, pel que fa a empreses i inversors, a externalitzar processos i defugir de qualsevol cost fix. Amb una excepció. Hi ha un actiu que cal seguir posseint perquè és la font última de tot valor: el subjecte, el jo; en especial, la part més autèntica. De totes les possibles aportacions d'aquests textos al tema que ens ocupa, tal vegada és aquesta la més valuosa. I és que ja no es tracta d'entendre el cos, els coneixements, la força de treball o les aptituds com quelcom que hom posseeix i que posa al mercat segons li convingui o segons necessiti, sinó d'entendre el seu ésser, la seva essència, com un capital del qual hom sempre pot treure'n algun rèdit, tant econòmic com no econòmic. A condició que el sàpiga identificar, explotar i millorar. Dia a dia, amb cura, perseverança i passió.

## CONCLUSIONS

### Confluències de fórmules en relació a la propietat o conflicte?

Havent analitzat ja els principals referents teòrics i els missatges explícits i implícits en la literatura d'autoajuda, recursos humans i gestió empresarial, ha arribat el moment d'extreure les principals conclusions d'aquesta recerca. Quin model de subjecte neoliberal s'està bastint? Quins són els seus trets bàsics? A través de quins discursos i quines pràctiques es legitima? Quina relació guarda amb les transformacions socioeconòmiques i culturals més rellevants? I, sobretot, quins lligams manté amb la propietat? Hom es decanta més per adquirir, per llogar, per pagar per a accedir? O per compartir? O per totes les opcions alhora? I per què, per quines raons?

Comencem, però, per aquestes darreres qüestions, que, al capdavant constitueixen l'objecte principal d'estudi. Es tracta, òbviament, de fenòmens que no poden ser entesos al marge el context econòmic, social i cultural; tanmateix, pot resultar útil començar fent-ne una exposició bàsicament descriptiva. Serà a partir d'ella, i a la llum de tot el que s'ha vist i analitzat en aquesta recerca, que podrem intentar esbrinar-ne el rerefons i intentar formular un marc explicatiu.

En aquest sentit, la primera constatació a fer és que a nivell teòric hi ha una evident divergència, per no dir un obert antagonisme, entre els postulats de Jeremy Rifkin (2016, 2019), i els de la major part d'autors que hem analitzat en aquesta recerca. Bàsicament, el primer sosté que l'economia col·laborativa, entesa com un sistema de gestió en comú dels béns i serveis que no només no es regeix per l'afany de lucre individual sinó que és frontalment diferent a la propietat privada. I que, a més, anirà guanyant terreny progressivament, fins al punt de substituir aquesta darrera modalitat, o si més no fins al punt de deixar-la a un nivell residual, marginal. I això per raons estructurals, per tendències de fons. Bàsicament, perquè la creixent convergència entre l'internet de les coses, la gestió intel·ligent de la informació i la revolució energètica —creixement exponencial de fonts d'energia renovables generades, de manera cada cop més autònoma i descentralitzada, per tota mena d'entitats i col·lectius— no tan sols permet que els ciutadans col·laborin per tal de produir allò que consumeixen i consumeixin allò que produeixen, sinó que ho incentiva, fent que la compra-venda perdi bona part de llur utilitat. I bàsicament, també, perquè tots aquests factors també provoquen que el cost marginal de produir una determinada quantitat addicional de béns i serveis tendeix a zero, cosa que elimina la font bàsica de beneficis i, per tant, la raó mateixa de ser de l'acapament, de l'adquisició privada.

En canvi, segons sosté Tom Slee a *Lo tuyo es mío: contra la economía colaborativa* (2016), el que en realitat està succeint és que les grans empreses i corporacions usen fórmules (falsament)

gratuïtes i (també falsament) col·laboratives per tal de fonamentar un model de negoci basat en l'exploració intel·ligent de dades personals que serveixin per a vendre tota mena de serveis personalitzats. Un model que creix de forma exponencial: com més persones facin ús dels seus serveis, més dades tindrà i millor les podrà gestionar; per tant, oferirà serveis més personalitzats i adients que, al seu torn, generaran més clics, més vendes i més guanys. I així successivament, cosa que porta inequívocament a un capitalisme oligopolista, on unes poques grans empreses acaparen informació, beneficis i poder. I que, al mateix temps, es desenten de les seves responsabilitats socials: si recordem el que argumenta Nick Srnicek a *Capitalismo de plataformas* (2018), el model empresarial dominant en l'actualitat —la plataforma— basa el seu negoci en limitar-se a posseir el software i els programes de gestió de dades que fan possible fer d'intermediaris entre proveïdors i clients, sense haver de produir gairebé res, sense haver de contractar mà d'obra... i sense haver de respondre per les externalitats socials i mediambientals que provoquen.

Pel que fa a Christian Laval i Pierre Dardot (2015), la seva decidida aposta per l'economia col·laborativa, per allò comú, no ha de fer oblidar que ambdós es mostren molt crítics amb el gruix de l'activitat que avui cataloguem dins aquesta modalitat. Tal i com hem tingut ocasió de comprovar, consideren que el pagament, o fins i tot l'intercanvi no pecuniari entre diversos agents no és, ni molt menys, condició suficient per a formar part de l'autèntica economia col·laborativa. I menys encara si aital activitat es desenvolupa dins el marc de plataformes i empreses inequívocament privades, inequívocament poderoses, i inequívocament capitalistes.

Davant aquestes fortes divergències teòriques, és significatiu constatar que una part gens menyspreable de la literatura d'autajuda, màrqueting i gestió empresarial aquí analitzada considera acceptables tant l'acumulació de riqueses i béns com la predisposició a compartir. De fet, anima i esperona a fer ambdues coses, i no com a possibles alternatives, sinó com opcions dins un contínuum. Tot i que d'una manera menys explícita, l'enfocament de Risto Mejide a *Urbrands: : construye tu marca personal como quien construye una ciudad* (2014), també simultanieja l'aposta per la possessió privada amb la voluntat de compartir.

Seguint, doncs, en aquest nivell d'anàlisi merament descriptiu, podem constatar que la literatura sobre autoajuda, "creixement personal" i gestió empresarial aquí examinada vindria a avalar les tesis de Lessig exposades a *Remix: cultura de la remezcla y derecho de autor e el entorno digital* (2012), on argumenta que el gruix de les empreses i inversors tendeixen a alternar la propietat exclusiva, la compartició o una barreja d'ambdues segons convingui millor en cada context i en cada situació. Confluència, alternança, simultaniejar... tals semblen ser, ara per ara les opcions predominants en relació al règim de propietat.

Tanmateix, aquesta constatació és radicalment incompleta. Fins i tot, resulta enganyosa, ja que pressuposa que hom té clar què s'entén per “propietat” i per “economia col·laborativa”, malgrat que el seu abast i significat es presta, avui més que mai, a diverses interpretacions i a forts malentesos. Cal, doncs, procedir a alguns aclariments. Entre d'altres motius, perquè sense ells serà difícil, per no dir inviable, esbrinar què hi ha al darrera d'aquestes acusades divergències teòriques i escatir quin posicionament reflecteix i analitza millor a les tendències actuals.

### **Quan posseir (diners i actius estratègics) rima amb compartir (experiències)**

Des d'un punt de vista jurídic, el significat de la propietat privada sembla prou clar<sup>234</sup>. No succeeix el mateix, però, amb el seu significat intersubjectiu i amb l'ús, importància i paper que hom li dona. En aquest nivell, més sociològic, els canvis són notables, així que cal posar-los de relleu.

D'entrada, i si reprenem ara la primera part d'aquesta recerca, des de la gènesi del capitalisme i fins a mitjans segle XX la propietat ha estat, en general, sinònim de permanència, de continuïtat; fins i tot de transmissió de llinatge i, per tant, d'element de transmissió de la classe social entre generacions. Ara, però, el panorama està canviant, i de manera radical. A nivell teòric, ja s'ha pogut copsar que tant David Harvey (2012) com Nancy Fraser i Rahel Jaeggi (2018) coincideixen en afirmar que en la fase actual del capitalisme la mera acumulació de béns és disfuncional. Del que es tracta, ara, és d'accelerar-ne la circulació i d'escurçar-ne el cicle vital. Tant important —o més— que adquirir és saber i voler bescanviar i vendre. És essencial, doncs, saber desprendre's d'allò que, en un entorn en canvi accelerat, ja no és útil. Un tret que la literatura d'autoajuda i màrqueting aquí examinada comparteix i legitima de manera entusiasta, tot lligant-lo al “creixement personal”, al procés de millora del jo: aprendre a desprendre's d'allò que ja no ens és útil és signe i exponent de voluntat de canvi, de transformació; de predisposició a vèncer allò que tal vegada constitueix el pecat capital al segle XXI: resistir-se al canvi, aferrar-se a idees, valors, rutines, hàbits... I, per tant, també a propietats.

Amb tot, el canvi principal que està experimentant la propietat privada és que està passant de ser quelcom centrat en aspectes físics i tangibles —cases, terrenys, cotxes, llibres, etc.— a ser quelcom cada cop més centrat en allò intangible, en dades, algoritmes, coneixements, viatges a indrets “exòtics”, vivències. Analistes com Nick Srnicek (2018) o Tom Slee (2016) afirmen

---

<sup>234</sup> No sempre ha estat així. El concepte i l'abast jurídic de la noció de propietat és quelcom que ha variat, i força, en l'espai —és a dir, segons els països— i en el temps. Ara, però, el triomf del model neoliberal de globalització i el creixent protagonisme d'alguns destacats ens transnacionals, com ara la Organització Mundial del Comerç, el Fons Monetari Internacional o el Banc Mundial, es tradueix en una creixent convergència jurídica.

clarament que el gruix de la plusvàlua en la fase actual del capitalisme ve donat per aquests elements i, per tant, allò que compta és ser-ne propietari d'ells... i només d'ells. Quant a la resta, és a dir, al gruix dels béns físics i, per descomptat, de la mà d'obra i tot allò que impliqui costos de producció, el millor és externalitzar-los. Més encara, fins i tot aquells béns físics que hom segueix adquirint a títol privat tenen, cada vegada més, una translació simbòlica que en justifica llur adquisició. És la marca, el logo<sup>235</sup>, més que no pas els trets objectius del producte, allò que realment compta, allò que genera demanda i n'explica el preu, sovint elevat, que hom està disposat a pagar.

I, estretament associat amb aquesta vesant cada cop més intangible i simbòlica d'allò que hom adquireix i posseeix, tenim un altre fenomen, analitzat en profunditat per Tom Slee i Nick Srnicek: el boom de les adquisicions d'*start-ups*, de nous i imaginatius models de negocis que són comprats, sovint a preus molt per sobre del que el seu volum de negocis o marge de beneficis semblarien justificar. En un capitalisme financer (David Harvey; Nanci Fraser i Rahel Jaeggi) i marcat per la irrupció de les plataformes com a nou model de negoci (Srnicek), les expectatives d'adquisició o fusió empresarial es centren en sectors que posseeixen el bé més preuat: les dades i els algorismes necessaris per a tractar-les adequadament i convertir-les en una mercaderia valuosa. Molt més valuosa, en realitat, que una mercaderia física.

Acceleració del cicle d'obsolescència i increment del valor simbòlic o de les expectatives en detriment del valor tangible són trets plenament compatibles amb el pagament per l'accés i, per tant, són al darrera del creixement exponencial que està experimentant aquesta modalitat. Amb tot, la propietat de determinats elements, especialment els més rellevants a nivell d'explotació intel·ligent de dades o de prestigi i estatus personal, segueix ben vigent. Ara, en el context d'aquest nivell analític i semiòtic, ens limitem a deixar-ne constància, però caldrà tornar-hi ben aviat, tan bon punt entrem en els possibles perquès.

Si el significat i l'abast de la propietat disten molt d'estar clars i, contràriament al que pugui semblar a primera vista, està canviant força, el mateix, o potser encara més accentuat, s'esdevé en allò que anomenem "economia col·laborativa". Si, prenent com a fil conductor les aportacions teòriques de Pierre Dardot i Christian Laval (2015) i de Jeremy Rifkin (2014), entenem per economia col·laborativa aquella que es centra en allò comú i, al seu torn, entenem el "comú" no com un tret que suposadament posseeixen uns béns o serveis d'ús no privatiu —sol, aire, aigua, enllumena públic— sinó com quelcom que és creat, gestionat i administrat de manera participativa i que, en fer-ho, afavoreix la creació d'un subjecte col·lectiu que, sense anorrear els tret particulars de cadascú, transcendeix clarament l'individualisme atomista propi de l'economia

---

<sup>235</sup> Vegeu l'anàlisi de l'auge de la marca i la nota relativa a *No logo: el poder de las marcas* (2011), de Naomi Klein, al capítol "Consum i individu com a empresari de si mateix".

de mercat, està ben clar que una part important —de fet, *molt* important— del que hom engloba dins aquest mot no hi hauria de ser. O, dit d'una altra manera, aquesta denominació no només no aclareix, no compleix la funció de designar quelcom amb uns trets delimitables, sinó que, tal i com s'empra avui dia, més aviat confon perquè barreja lògiques de funcionament de naturalesa i abast radicalment diferent.

I és que, en efecte, sota aquesta denominació proliferen pràctiques que ben poca cosa tenen en comú... excepte la denominació i l'apel·lació a uns (suposats) valors altruistes i socials. En un extrem, hi ha aquelles mostres genuïnes de gestió col·laborativa, participativa i equitativa d'un servei o un bé; i, en l'altre, un nombre creixent d'empreses i inversors que, tot fent ús del llenguatge i la retòrica col·laboratives, el que en realitat fan és crear una infraestructura que facilita intercanvis de mercat entre clients i proveïdors —entre llogaters d'habitatges i persones que busquen passar les seves vacances en una llar ben ubicada i viure una “experiència” més autèntica que no pas la que tindrien en un hotel, entre persones que volen treure un rendiment d'objectes i utensilis que ja no utilitzen i les que volen adquirir-les per tal d'estalviar costos, entre propietaris d'un vehicle i persones que volen desplaçar-se de manera més àgil (i econòmica) que no pas en taxi, etc.— regits per la lògica econòmica capitalista. O, més ben dit, regits per una exacerbació d'aquesta lògica, ja que, com bé assenyala Tom Slee (2016), n'estén l'abast a àmbits que fins fa pocs anys en quedaven fora. I, entre ambdós extrems, tindriem modalitats gratuïtes d'intercanvi de dades, coneixements, com ara el fenomen Viquipèdia, però també, i sobretot, diverses fundacions i empreses que, tal i com descriu i analitza Lessig (2012) combinen tots aquests elements, compartint dades i informacions de manera gratuïta... i traient profit tant del coneixement que molta gent aporta de manera voluntària com de la major complicitat i empatia que estableixen amb la gent per a ampliar la seva base de clients, estendre el seu negoci i, en definitiva, generar més plusvàlua econòmica.

No menys significatiu resulta, a efectes de popularitzar i legitimar aquesta barreja de pràctiques, veure com la literatura d'autoajuda, màrqueting i management fa reiterades apel·lacions a compartir elements simbòlics —coneixements, consells, dades i, sobretot, elements de la vida privada i fins i tot íntima— amb com més gent millor. Sovint, sense una voluntat explícita d'obtenir un guany pecuniari a canvi, però gairebé sempre amb vistes a millorar la marca personal i atorgar-li un perfil més personal, més diferenciat i, per tant, més preuat. En la línia del que apunta Lessig, sembla que s'està articulant un discurs en què compartir, i fins i tot donar sense contrapartida directa a canvi, no només no és antagònic amb posseir (allò més valuós: les dades, la imatge, el logo i la capacitat de gestionar-les), sinó que n'és un catalitzador.

Per tant, s'imposa una primera tesi: la coexistència entre diverses maneres de gestionar béns i serveis, des de la possessió individual fins a la gestió compartida, no ha de fer oblidar que els

respectius significats i abast estan canviant. La propietat es centra, de manera creixent, en allò que tingui un valor simbòlic i financer més alt i que pot canviar de titular en qüestió de segons, mentre que minva clarament l'interès per a adquirir béns físics i, sobretot, mantenir-los al llarg del temps, en detriment dels béns tangibles. Quant a les fórmules col·laboratives, són, en molts casos, plenament compatibles amb la lògica del mercat. De fet, no només són merament “compatibles” sinó que sovint actuen a mode de catalitzador. Sense aquests aclariments, que afecten profundament la naturalesa d'allò que entenem per “propietat” i per “comú”, no és possible procedir al següent pas, a saber: intentar esbrinar què hi ha al darrere, quins són els possibles factors explicatius —i ja no merament descriptius i constatius— d'aquesta coexistència.

### **Externalització i reapropiació de la lògica del do: la perspectiva empresarial**

Fets aquests aclariments terminològics i conceptuals, cal anar més enllà dels factors descriptius i analítics per passar al nivell explicatiu, és a dir, per intentar trobar les possibles claus de la creixent complementarietat entre propietat, accés i economia col·laborativa, però també dels canvis recents en el seu significat i abast. Ara bé, això pressuposa i implica contextualitzar, és a dir, identificar i entendre les tendències socioeconòmiques i culturals clau que hi ha al darrere.

En aquest sentit, i centrant ara la nostra atenció en l'àmbit empresarial i el funcionament del sistema capitalista, el primer factor a tenir present a l'hora d'entendre la pèrdua de rellevància de la propietat de béns físics és la necessitat d'escurçar el cicle útil dels objectes i productes i accelerar-ne (Harvey, 2012, Fraser i Jaeggi, 2018). Com ja s'ha tingut ocasió de veure, la crisi del model fordista-keynesià dona lloc a una modalitat d'acumulació caracteritzada per la rotació cada més elevada de productes i serveis. El temps s'accelera cada cop més i, a més, perd tot fil conductor enmig d'un seguit de canvis “disruptius” adreçats a renovar permanentment tot allò que s'ofereix al mercat. Per tant, acumular propietats i actius —mà d'obra, fàbriques i magatzems, maquinària, etc.— resulta, en cada cop més casos, obertament contraproductiu. Suposa acumular costos i perdre punts a l'hora de mantenir-se al dia. És significatiu, en aquest sentit, constatar que les anàlisis teòriques de Tom Slee (2016) o de Nick Srnicek (2018), entre d'altres, coincideixen amb els consells que apareixen al llibre *Organizaciones exponenciales* (2016) coincideixen en aquest punt. En els dos primers, per criticar-ho des d'una perspectiva marxista; en el darrer, per defensar-ho.

En segon lloc, i partint de la base que l'actiu més preuat avui, el que permet generar més plusvàlua i obtenir més poder d'incidència, són les dades i, sobretot, la capacitat per a organitzar-les, analitzar-les, gestionar-les i convertir-les en variables i en models predictius que hom pugui



gestionar per a benefici propi o vendre a tercers, tant els models teòrics aquí analitzats com els autors de llibres que aconsellen i orienten empresaris i inversors apunten que l'actiu més valuós i, per tant, allò que les empreses i grans inversors han de procurar posseir i ser-ne propietaris legals exclusius, són aquestes dades i, sobretot, el programari informàtic, els sistemes de *big data* i els models matemàtics que han de permetre explotar de manera sistemàtica, intel·ligent i segmentada tota aquesta informació. En això, doncs, els consells adreçats a empresaris i inversors capitalistes i les anàlisis teòriques —que, en el cas dels autors aquí triats, són, com acabem de remarcar, d'orientació marxista— coincideixen plenament. Tots ells apunten que són els sofisticats programaris allò que fa possible que cercadors com Google, agents turístics com booking o gegants de la distribució com Amazon o Ali Baba generin un volum formidable de facturació fent, senzillament, d'intermediàries. Per tant, aquest és l'actiu principal a posseir.

Tanmateix, no és l'únic. Certament, els espectaculars avenços en informàtica, big data i intel·ligència artificial permeten substituir bona part de la mà d'obra que abans s'encarregava de la recollida, gestió i venda de les dades. I, al mateix temps, l'acceleració dels cicles de producció i obsolescència aconsella desprendre's ràpidament de tot allò que pugui suposar una rèmora. Tanmateix, cal un reduït nombre d'experts altament qualificats per a mantenir operatiu tot aquest sistema, extreure'n tot el seu potencial, saber arribar a nous públics i, sobretot, per a actualitzar-lo i millorar-lo. Uns professionals, però, que sota cap concepte s'han d'entendre com a empleats clàssics. Ni tampoc com a mers experts a sou. Ben al contrari: es tracta d'autèntics emprenedors que, lluny de ser percebuts com a assalariats altament qualificats, són portadors de valor (Fusté, 2018, però també *Organizaciones exponenciales*, 2016 ). Els seus coneixements especialitzats, la seva expertesa, però també la seva alta capacitat de motivació i la passió, el plus de creativitat i innovació que aporten i la implicació gairebé absoluta que posen en la seva feina fan d'aquestes persones autèntics "capitals", amb els quals cal establir una relació més pròpia de la que hom estableix entre clients i proveïdors que no pas la que tradicionalment s'esdevenia entre empresaris i assalariats. Cosa que això implica, entre d'altres aspectes, que els ingressos que perceben aquests professionals-emprenedors no s'han d'entendre com un sou que reben a canvi d'una feina assignada, sinó com una *remuneració de capital*, com un *dividend* que reben pel valor afegit que aporten a l'empresa.

Quant a la resta d'actius, béns i serveis, la coincidència és igualment inequívoca: en el capitalisme actual, és millor no ser-ne propietari, sinó recórrer a l'externalització o al pagament per a accedir —i no pas posseir— als béns i serveis només quan calgui i en la mesura que calgui. L'accés a tota mena d'actius i béns, més que no pas la propietat, esdevé un element clau en el model de gestió modern. I també en el model de negoci: des del lloguer de cotxes a Airbnb, passant per Netflix i HBO, cobrar per l'accés en comptes de comprar i vendre permet, en l'entorn actual, ampliar la base potencial de clients i arribar a nous públics, reduir costos, externalitzar i

eludir responsabilitats i, a més, aconseguir un objectiu cada cop més difícil: fidelitzar clients que, justament, cerquen el canvi, la novetat, la diferència.

Però tal vegada allò més sorprenent a primera vista, i alhora més significatiu, sigui el fet que moltes empreses, i sobretot *start-ups*, ofereixen una part considerable dels seus serveis de manera gratuïta. I, a més, sovint promouen la interacció i l'intercanvi no monetari d'informació, dades i experiències. Tant, que des d'una mirada superficial, semblaria que una part important del capitalisme aposta ara per la gestió en comú.

Una semblança, però, aparent, enganyosa. Del que es tracta és, d'entrada, d'oferir serveis "gratuïts" com a via per a accedir a allò que, avui, genera realment plusvàlua: les dades que oferim cada cop que fem una cerca, cliquem a una plana web o mirem un bloc i que, convenientment tractades, són un preuat actiu per a vendre tota mena de béns i serveis segmentats i personalitzats amb cura. Tanmateix, aquest nou model de plusvàlua no és l'únic motiu. Ni molt menys. Una segona raó, on també coincideixen analistes com David Harvey, Tom Slee o Nick Srnicek amb títols d'èxit del món de l'empresa com *Marketing 4.0* (2018) i *Organizaciones exponenciales* (2016) és que el fet de compartir informacions i coneixements esdevé una eina valuosa per a la innovació i la potenciació de la I+D de cada corporació. En un entorn de canvi disruptiu i de sofisticació tecnològica creixent, cap empresa pot aspirar a tenir el gruix del coneixement, per molt ben organitzada que estigui i per molt valuosos que siguin els professionals que hi treballen. Recórrer a gent externa que pot aportar idees, dades i coneixements és, doncs, requisit *sine qua non* per a innovar i, per tant, per a diferenciar-se de la resta i aconseguir una posició de mercat dominant. Però per a obtenir gratuïtament idees, aportacions i dades cal reciprocitat, cal que l'empresa o entitat també comparteixi idees, dades i coneixements. D'aquí, doncs, que una part creixent de la informació i el coneixement es posi en lliure accés, ja sigui per a tothom o dins l'àmbit de determinades comunitats. I són justament les "comunitats" el tercer, i no menys decisiu, factor a tenir en compte: mitjançant l'intercanvi gratuït de dades, impressions i idees, hom aconsegueix crear un vincle emocional intersubjectiu, un sentiment de pertànyer a un grup, a un col·lectiu. En especial, ja hem tingut ocasió de veure com Philip Kotler, un dels màxims referents mundials en màrqueting, insisteix abastament en aquest punt: no és suficient amb proporcionar un bon servei al client; cal, a més, aconseguir que aquest client esdevingui quelcom més, una mena de "seguidor", "d'adepte" que faci seus els valors de la marca i els difongui arreu... perquè s'hi identifica, perquè no només està plenament satisfet amb els resultats sinó que, a més, se sent reconegut com a membre d'un grup amb qui comparteix uns determinats referents.

Com hem tingut ocasió de recollir en aquesta recerca, i tal i com Michel Callon i Bruno Latour (2011) posen de relleu, des de Marcel Mauss (2009) sabem que el do, l'intercanvi gratuït d'obsequis, és una eina clau per tal de teixir lligams socials. I també sabem que la seva efectivitat

rau en romandre com més allunyada millor de la lògica mercantil, de tot allò que impliqui la recerca d'un benefici econòmic o d'una contraprestació a canvi. Ara, significativament, assistim a una mena de reapropiació de la lògica del do, tot emprant bona part dels seus recursos, com ara l'obsequi, l'intercanvi (suposadament) desinteressat o la compartició de vivències i coneixements. Amb la diferència —cabdal— que l'objectiu últim d'aquestes pràctiques és reforçar el prestigi de la marca, el grau de fidelització dels seus clients potencials i, en darrer terme, l'augment dels seus beneficis i del seu valor financer. Com en tants altres referents i pràctiques culturals, el do ha passat d'exponent d'una lògica antagònica amb el capitalisme a servir de catalitzador de la seva versió neoliberal.

I això és justament el que està succeint amb el gruix del que hom anomena economia col·laborativa. A la llum dels factors abans esmentats, considerem que hi ha indicis aclaparadors que apunten que, ara per ara, Jeremy Rifkin (2014, 2019) s'equivoca del tot en afirmar que l'auge del model de compartició suposarà no tan sols la pèrdua de protagonisme de la propietat privada sinó també la fi del capitalisme. Si recordem, Rifkin postula que la confluència entre l'internet de les coses, la intel·ligència artificial, les noves eines de comunicació i les energies renovables faran possible que persones i grups diversos cooperin per a generar, distribuir i consumir allò que ells mateixos hauran produït, amb la qual cosa desapareix la raó de ser dels mercats capitalistes. A més, la revolució industrial 4.0 suposarà ben aviat que el cost marginal de cada nou bé o servei tendeixi a zero. I sense costos marginals, sense economia de l'escassetat, no hi ha beneficis i, per tant, no hi ha capitalisme. Factors que, segons aquest autor, fan de l'economia col·laborativa una autèntica alternativa, cada cop més exitosa, que anirà acompanyada d'un canvi integral de mentalitat, que posarà fi a l'egoisme i, més concretament, a l'individualisme possessiu teoritzat per C. B. Macpherson i que constitueix la base antropològica del capitalisme. De moment, però, res d'això sembla que estigui succeint; si més no, no a una escala significativa. Gairebé tots els elements aquí exposats semblen apuntar a una direcció ben diferent, per no dir contraposada. Les plataformes, en tant que exponent del model de negoci per excel·lència en els nostres dies, ofereixen accés gratuït a força dades i serveis, i fins i tot aposten clarament per la compartició. Però ho fan per tal de consolidar, ampliar i potenciar el seu model de negoci. La ingent quantitat de dades que, convenientment gestionades, serveixen de base per a oferir un munt de béns i serveis de manera molt més personalitzada (o per a vendre a tercers la possibilitat de fer-ho), l'ús de la compartició per a rebre nombrosos feed-backs que millorin el seu model de negoci i, per últim, l'ús d'aquesta modalitat per a generar un sentiment de pertinença i reconeixement que es tradueixi en una major implicació i fidelització dels clients, porten a un reforçament —i no pas a un retrocés— de la lògica capitalista. Més concretament, l'exacerben, tot generant un model cada cop més oligopolista on unes poques grans empreses acaparen el control del mercat, obtenen i gestionen més i més dades i concentren els beneficis, mentre que les pèrdues es socialitzen.

## Entre el màrqueting personal, l'expressió del jo i els lligams socials

Fins aquí hem focalitzat l'atenció en les empreses i en la lògica del sistema econòmic. Tanmateix, la transformació dels usos, abast i significat de posseir i compartir també es dona a nivell individual i intersubjectiu. Entre aquestes opcions s'estableix una complexa dialèctica que, més que plasmar-se en alternatives dicotòmiques, esdevenen una mena de contínuum que obeeix a la relació de tensió però, alhora, de complementarietat, que s'estableix entre la voluntat d'autoafirmació i expressió de la creativitat i l'originalitat de cadascú i la necessitat d'afirmar la pertinença a un determinat grup o col·lectiu. Una tensió, però, que és enormement dinàmica, canviant; fins i tot, discontinua. Si més no, és en aquesta direcció on apunten els autors, referents teòrics i textos d'autoajuda, màrqueting i gestió empresarial aquí analitzats. Veiem-ho, però, amb una mica més de detall.

Si la propietat suscita, encara, un cert interès i l'atenció és, avui, en tant que signe de distinció i d'estatus. Aquest tret, en principi plenament compartit amb la modernitat i el capitalisme clàssics (Pierre Bourdieu. *La distinción: criterio y bases sociales del gusto* : 2012), es manté ara plenament vigent. Tanmateix, amb alguns canvis: les anàlisis de Gilles Lipovetsky sobre el luxe (2004) i sobre el "capitalisme estètic" (2012) posen clarament de relleu que la distinció actual comporta, ara per ara, una menor homogeneïtzació i un creixement clar de la segmentació i, sobretot, de la personalització. A través del consum d'objectes, béns, marques i experiències sumptuoses hom aspira a mostrar als altres, però també a si mateix, la seva personalitat diferenciada, la seva originalitat. De tal manera que allò que realment justifica pagar un preu elevat, i allò que en justifica aquest plus respecte a un altre bé o servei de costos semblants, és aquest element de singularització (Naomi Klein : 2011). Una tesi plenament coincident amb la construcció del subjecte que es basteix, difon i legitima a través de la literatura d'autoajuda, management i màrqueting aquí analitzada. Així, un text adreçat a professionals com el de Roberto Fusté (*Valueholder: el fin del empleado*, 2018) i altres pensats per a un públic més ampli, com *Urbrands: construye tu marca personal como quien construye una ciudad* (2014) coincideixen en exhortar, una i mil vegades, a visibilitzar allò que ens diferencia de la resta, allò que ens fa únics. La clau de l'èxit i la rellevància social consisteix, en primer lloc i per sobre de qualsevol altra mesura, en diferenciar-se de la resta.

En contraposició, l'adquisició de béns i serveis clarament homogenis anodins i estandarditzats perd rellevància, perd interès, perd atractiu. Tret que es posa clarament de relleu en la literatura de management, màrqueting i superació abans esmentats: no destacar, no diferenciar-se i passar desapercbut, és sinònim d'irrellevància i, per tant, de fracàs. En conseqüència, hom tendeix a vehicular el consum més estàndard, l'orientat a satisfer les demandes i els desitjos més comunament acceptats, a través del pagament per a accés. O, a ser possible, sense pagar. De

Netflix a una bicicleta, passant per Spotify o Candy Crush, l'accés pot resultar una alternativa tant o més pràctica, útil, gratificant, barata i socialment valorada que la propietat privada. En aquests casos —però només en aquests casos— Jeremy Rifkin (2014) té raó en afirmar que les noves tecnologies i la disminució radical dels costos marginals suposen una greu amenaça a la concepció de l'individu modern que pivota sobre la idea de la propietat privada.

En altres termes: sembla que allà on prima la satisfacció de necessitats, desitjos i impulsos, l'accés, ja sigui gratuït o de pagament, és considerat una alternativa vàlida, i en molts casos preferent, a la propietat privada. En canvi, quan la cerca d'estatus i el reconeixement de la diferència juguen un paper clau, la possessió privada no perd vigència i segueix resultant atractiva.

L'afirmació precedent ha de ser, però, matisada. I de manera considerable. Succeeix que tota diferenciació reeixida passa necessàriament per ser reconeguda com a tal pels altres i, concretament, per les persones i grups socials l'opinió i la valoració dels quals pot resultar rellevant. De ben poc serveix redecorar amb estil i de manera personalitzada la nostra llar o fer un viatge "únic" si aitals decisions no tenen ressò. Molt ressò, i de qualitat, és a dir, que arribi a molta gent, però sobretot als segments als quals hom vol arribar. Convertir-se en una persona exitosa o, senzillament, evitar el fracàs i la irrellevància passa necessàriament per saber posicionar-se un mateix en el mercat, saber comercialitzar la marca personal. Analistes crítics d'aquesta tendència com Zygmunt Bauman, Wendy Brown (2016), Pierre Dardot i Christian Laval (2013), d'una banda, i, d'altra banda, defensors aferrissats de l'individu emprenedor com Ruberto Fusté, Risto Mejide o Raimon Samsó, coincideixen —tot i que fent-ne una valoració radicalment oposada— en el fet que, avui, tothom és impel·lit a saber bastir i donar a conèixer una bona imatge d'un mateix, una marca personal exitosa, amb capacitat per arribar a molta gent, tenir impacte en grups clau i aconseguir ressò i rellevància.

Adquirir rellevància passa, doncs, per intercanviar i compartir. Amb tot, l'èxit creixent d'aquesta opció no es redueix a aquest factor. Bescanviar béns, informacions i idees, o fins i tot donar-les gratuïtament, constitueix la base per a fornir una bona xarxa de relacions socials, de contactes potencialment útils, tant a nivell estrictament laboral i professional com en qualsevol altre àmbit. Analistes com Jeremy Rifkin (2014), Nick Srnizek (2016 i 2018) o Lawrence Lessig (2012) coincideixen amb teòrics del màrqueting com Philip Kotler (2018) o apologetes del canvi en les organitzacions, com els autors d'*Organizaciones exponenciales* (2016) en afirmar que, en un entorn ultracompetitiu i en canvi constant, compartir informacions i idees és un pas necessari per a innovar, diferenciar-se i excel·lir. Per descomptat, això és vàlid a nivell empresarial, tal i com s'ha apuntat més amunt, però també ho és a nivell professional, a nivell de tot individu que aspiri a ser un emprenedor.

Factors, tots ells que fan possible que, avui, compatir rimi força bé amb competir i excel·lir. Intercanviar objectes, però sobretot i per damunt de tot símbols —un vídeo transmès per WhatsApp, un comentari breu a Twitter, unes fotografies a Instagram de roba de marca amb el logo ben visible—, coneixements i informacions esdevé una eina essencial, una autèntica condició de possibilitat de reeixir o, si més no, d'escapar de la irrellevància. En l'entorn professional i en qualsevol altre.

Tanmateix, les múltiples utilitats de l'economia col·laborativa i llur complementaritat amb la competitivitat no esgota els motius del seu creixent èxit. Al costat de les seves innegables virtuts pràctiques, hi ha un factor que va més enllà de la lògica estrictament individual. Ens referim a la vessant social, a la voluntat d'establir vincles amb altres persones i grups. Tal i com Ulrich Beck, Gilles Lipovetsky o Jeremy Rifkin posen de relleu, el procés actual d'individualització no aboca necessàriament al predomini d'un subjecte atomitzat, merament egoista, i menys encara d'algú aïllat, sinó a un individu que cerca ampliar i renovar els seus vincles personals. Ho cerca amb anhel i, en no poques ocasions, fins i tot amb neguit, amb por a quedar-ne exclòs. Però ho fa no amb la voluntat de crear un subjecte col·lectiu o uns lligams estables i sòlids en el temps, sinó d'establir uns vincles flexibles, adaptables, fàcilment substituïbles i que, sobretot, siguin el resultat dels desitjos, impulsos i trets del jo. Una tesi que conflueix amb la visió del jo que emergeix del tipus de literatura d'autoajuda i management que aquí s'ha analitzat. En especial, el discurs de Raimon Samsó a *Supercoaching para cambiar tu vida* (2014) és ple de referències a la importància de contribuir a la felicitat dels altres i a fer aportacions útils per a la societat, particularment en tot el que tingui a veure amb brindar coneixements, consells i "bones pràctiques" que puguin servir de referent per a la resta d'individus. És una aposta que coincideix amb la que defensa Risto Mejide a *Urbrands* (2014) i que ja queda de manifest a *Quién se ha llevado mi queso*, el gran bestseller dels anys 90 del segle passat. Això sí: sempre amb el benentès —d'importància cabdal— que aquesta predisposició a obrir-se a l'altre és el resultat de l'expressió del jo autèntic de cadascú, no pas de cap idea de bé comú o menys encara de cap aposta per a crear un subjecte col·lectiu. I que, en qualsevol cas i circumstància, el responsable únic d'un eventual fracàs és l'altre. Més concretament, l'individu que "es resisteix al canvi". D'on es deriva que, més enllà d'aconsellar-lo i indicar-li el camí a seguir, qualsevol altra forma de col·laboració i suport és contraproduent. Com s'esmentava fa un moment, en el nou discurs gerencial i sobre el jo, compartir rima amb competir, però no pas amb redistribuir.

D'ençà la publicació de *Quién se ha llevado mi queso*, el rebuig frontal a les objeccions al canvi —tota objecció al canvi, tant se val en què consisteixi, a qui pugui beneficiar i a qui perjudicar— s'ha convertit en una constant en les seccions d'autoajuda i en tot el que tingui a veure amb la gestió de personal a les organitzacions. Una dada molt rellevant que és, alhora, catalitzador i efecte d'un canvi en la percepció social del temps... i en l'ús d'aquesta dimensió com a dispositiu

de control. En efecte, el canvi accelerat en la possessió de tota mena d'objectes i serveis, i més encara la substitució de la compra per l'accés o per alguna modalitat d'intercanvi a què s'ha fet al·lusió a l'apartat precedent, s'entén millor si s'emmarca en el canvi que està experimentant la percepció i els usos del temps. O, més ben dit, en la seva mutació substancial.

Una mutació que ve donada, d'entrada, perquè assistim a una acceleració dels cicles de producció, consum i obsolescència que, com encertadament assenyala David Harvey a *La condició de la postmodernidad: investigaciones sobre los orígenes del cambio cultural (2012)* constitueix un tret bàsic de la fase actual de la modernitat que, en l'àmbit de la propietat, es tradueix en la multiplicació frenètica d'operacions de compra, venda o intercanvi i, lògicament, en la caducitat de la major part d'allò que adquirim o d'allò a què accedim. Amb tot, aquest tret no és l'únic a tenir en compte a l'hora d'entendre les mutacions en la dimensió temporal i llur incidència sobre l'individu i la propietat. El mateix Harvey, a l'obra esmentada, analitza com i perquè aquesta acceleració inherent al model d'acumulació del capitalisme actual porta a una dissolució de la linealitat temporal i a l'aparició d'un temps fragmentat, discontinu, a un collage d'idees, conceptes i imatges descontextualitzades. Unes tesis que coincideixen amb les de Nick Srnicek i Alex Williams a *Inventar el futuro: poscapitalismo y un mundo sin trabajo (2016)*. Però tal vegada són Gonçal Mayos (2019) i Borja Muntadas (2016) els qui posen l'èmfasi en el fet que la supressió la pressió per la immediatesa, per l'aquí i l'ara —des d'un informe laboral fins a la gratificació d'una nova experiència, tot ha de tenir lloc ja, a l'instant— i la ruptura de la continuïtat temporal comporta la fi de tot nexa narratiu que permeti establir uns lligams, una relació, entre passat, present i futur. En aquest nou i inèdit marc temporal, el valor d'ús queda reduït al gaudi o gratificació immediata, mentre que el valor de canvi es mou al ritme frenètic dictat pels mercats financers. La propietat deixa de ser perdurable. Més encara: la relació que tenim amb els objectes, les persones i el món deixa de tenir un horitzó temporal perllongat. El seu ús ja no ve marcat per la continuïtat en el temps sinó per la immediatesa, per l'ara; de fet, el mateix terme "ús" esdevé qüestionable, hom ja no cerca tant l'ús com la sensació, la gratificació, el símbol, la imatge. A partir d'aquí, les opcions de compra, lloguer, pagament per accés o intercanvi col·laboratiu deixen de ser antagòniques o ni tan sols qualitativament diferents per passar a ser elements a escollir, segons calgui en cada moment, dins un ventall, un continu. L'estatus, el tipus d'impuls o de neguit, el plus de notorietat o d'expressió de la personalitat singular seran els factors claus a l'hora de decantar la tria. Una tria que, evidentment, pot canviar en ben poc temps.

La literatura de "creixement personal" i professional aquí analitzada aporta una altra perspectiva, coincident en l'efecte però no tant en el discurs emprat a l'hora de fer intel·ligible i, alhora naturalitzar el nou dispositiu temporal. Una perspectiva, però, força recent. Si tornem ara a *Quién se ha llevado mi queso*, escrita als anys 90 del segle passat, veiem com el canvi encara és presentat com quelcom extern, quelcom que ve donat per les circumstàncies i davant el qual,

certament, cal no només adaptar-s'hi, sinó també anticipar-s'hi. A ser possible, amb ganes, amb passió. Ara, però, aquesta visió ha quedat enrere. Certament, l'adaptació al canvi o, millor encara, l'anticipació, segueix sent primordial, però el canvi, avui, és vist sobretot com el resultat d'una decisió interna, d'un projecte de transformació constant del jo. Bona part dels textos analitzats a la darrera part d'aquesta recerca coincideixen en aquest punt, però tal vegada sigui Raimon Samsó qui, al seu llibre *Supercoaching para cambiar tu vida* (2014) tracti aquest tema més abastament. Segons ell, el canvi continu és un imperatiu absolut que emana del jo més autèntic, de la necessitat de transformació inherent a cadascú i que només espera el moment oportú —i el compromís ferm— per dur-ho a terme. Cap a on? Cap a totes direccions i a cap d'elles en concret; de fet, Samsó exhorta a estar disposat a canviar d'objectius i d'estratègies en tot moment, tot al·legant no tan sols la necessitat d'adaptació al canvi, sinó també, i molt especialment, el fet que, al capdavant, allò que compta no són els resultats, sinó el procés de canvi en ell mateix.

En aquest punt, l'anàlisi de la literatura empresarial, de màrqueting i d'autoajuda proporciona un element nou, poc present a les perspectives teòriques aquí analitzades. Certament, ja s'hi apunta al pas de l'individu com a empresari de si mateix a l'individu entès com un emprenedor que no tan sols s'adapta a l'entorn i tria els millors mitjans per a assolir els seus fins, sinó que esdevé, per pròpia voluntat, un agent actiu que intenta *crear* la seva pròpia realitat, que intenta canviar, modificar o fins i tot transformar el seu entorn en comptes d'adaptar-s'hi. Ara, però, tenim un parell de matisos —de matisos importants— a afegir: en primer lloc, aquesta aposta radical, existencial, pel canvi no de donada només per l'entorn, sinó que, fonamentalment, és una emanació de la voluntat de desplegar el seu potencial *intern*; en segon lloc, aquest potencial intern, aquest desplegament de la missió personal entesa com la connexió amb la part més genuïna del jo, es pot descobrir i dur a terme si hom segueix unes pautes i uns consells concrets. La transformació permanent és un assumpte d'intuïció, però també de mètode, de ciència. En aquest punt, doncs, la literatura popular i professional d'autoajuda i superació marca un parell de pistes, un parell d'elements discursius i legitimadors, als quals no s'ha parat prou atenció.

D'altra banda, per molt flexible, discontinu i canviant que sigui aquest procés de transformació incessant del jo, hi ha, tanmateix, dos elements que romanen constants. El primer és obvi: la transformació, el canvi, convertit en una autèntica finalitat en el ella mateixa; el segon, estretament lligat amb l'anterior, és la voluntat d'exercir un control constant sobre el jo, una mena d'ascesi que, a diferència de l'ascesi clàssica, no mena a un horitzó fixat d'antuvi, ni tampoc s'entén com una dimensió ultraterrena, sinó ben terrenal, però que, en qualsevol cas, sí implica una disciplina, un treball incessant sobre el cos i la ment. Hàbits alimentaris, formes de treballar, però també creences, idees, emocions i contactes socials: tot ha de ser transformat, sí, però no de qualsevol manera, sinó seguint unes pautes, una planificació, uns objectius. Això sí: sempre



autoimposats i sempre “fins a nou avís”, és a dir, susceptibles de ser substituïts per altres, en un cicle sense fi ni rumb.

Per tant, de l'anàlisi d'aquest tipus de literatura es desprèn una tensió entre la dimensió temporal marcada per l'instant, per la satisfacció d'anhels i impulsos momentanis, en la línia del que exposa Zygmunt Bauman arran de la seva visió de la modernitat líquida (2004) de la societat de consum (2007) o del que exposa Gilles Lipovetsky a *La era del vació: ensayos sobre el individualismo contemporáneo* (2000), i la disciplina, l'autocontrol i la perseverança, enteses no com el compromís a llarg termini amb una fita, sinó com el compromís amb la “millora continua” de si mateix. Certament, aquest darrer element d'autovigilància, d'ascesi en versió capitalisme neoliberal, ja queda recollida arran de les anàlisis de Wendy Brown, Pierre Dardot i Christian Laval o de les darreres obres de Michel Foucault. Sense negar en absolut aquest línia explicativa, els textos d'autoajuda, màrqueting i management hi introdueixen un element afegit: el jo; més ben dit, l'autèntic jo, aquell que roman amagat, que expressa l'autèntica essència de cadascú, però que només es manifesta en un procés que, si d'una banda requereix un canvi continu, com vèiem a la pàgina anterior, de l'altra necessita un compromís absolut amb el treball constant, metòdic, científic, sobre si mateix. Un treball que és condició necessària per a l'emanació de l'autèntic i únic potencial de cadascú.

Recapitem: a la llum del que s'ha pogut analitzar en aquesta recerca i del que s'ha recollit en aquests dos apartats hem arribat a la conclusió que en l'actualitat l'accés, la propietat i fins i tot la compartició formen, avui, part d'un continu. Això sí, sempre i quan hom tingui present que la propietat —i, per descomptat, també el lloguer o el pagament per l'accés— ja no és en absolut sinònim de permanència i de compromís sinó que, ben al contrari, està sotmesa al canvi incessant, a la compra, venda i intercanvi reiterats i cada cop més accelerats. I sempre i quan hom tingui present, també, que les fórmules col·laboratives són, ara per ara, complementàries amb la competència: permeten intercanviar idees útils, ser més creatius, estalviar costos i, sobretot, donar-se a conèixer. Partint d'aquests aclariments conceptuals —imprescindibles—, s'ha pogut entrar en un segon nivell, ja no merament descriptiu i conceptual sinó explicatiu, en què sobresurten, d'una banda, la pulsio —però també la necessitat— d'escapar de la irrellevància i mostrar als altres i, per tant, també a un mateix, la seva originalitat, la seva diferència, allò que el fa únic; i, d'altra banda, la necessitat de teixir un ventall prou gran, però alhora flexible i subjecte a canvis, de relacions socials. D'aquesta doble dinàmica en neix una orientació vers l'altre que és percebuda, entesa i valorada com el resultat d'una projecció del jo, del desig de realització personal a través dels lligams intersubjectius. Uns lligams i un jo sotmesos, però, a un procés de transformació sense treva. Canvis en la propietat, l'accés o la compartició s'expliquen en tant en quant són una part, i al mateix temps un catalitzador, de la transformació personal. I aquesta, al seu torn, és impulsora i resultat d'un canvi en la dimensió temporal caracteritzada no tan sols per

l'acceleració i la rapidesa com a imperatius absoluts, sinó per la discontinuïtat, la pèrdua de tot nexa temporal, dissolt en una multitud d'instants que se succeeixen sense rumb ni sentit. I

Fins aquí, la concordança entre els textos teòrics analitzats i els llibres orientats a donar consells personals i professionals és notable. Tanmateix, és justament en aquest punt la literatura d'autoajuda afegeix un parell d'elements diferents, poc presents en les anàlisis teòriques: el canvi com a expressió de l'essència de cadascú, i la descoberta del jo i el procés de la seva transformació entesos com quelcom que es pot dur a terme a partir d'un seguit de passes, de pràctiques. I és d'aquests dos elements d'on neix una tensió, una doble dinàmica entre la lògica temporal del moment i la lògica del mètode i la perseverança en l'autocontrol.

Aquests factors explicatius permeten entendre una part important de les dinàmiques relatives a la propietat, l'accés o la compartició. Amb tot, requereixen d'un marc teòric més ample que en faciliti les claus interpretatives i que, alhora, permeti aprofundir més en el seu abast i significat. I, dins aquest marc teòric, el primer element a tenir en compte és la perspectiva històrica. Ha arribat el moment, doncs, de reprendre les conclusions a què s'ha arribat a la primera part d'aquesta recerca.

### **Individualisme possessiu, jo interior i societat disciplinària: el context històric**

Tal i com s'ha tingut ocasió d'analitzar i comprovar als primers capítols, Hobbes i, sobretot, Locke, Hume i Adam Smith jugaren un paper clau a l'hora d'assentar les bases de la noció moderna d'individu. D'entrada, per la justificació de la idea que la propietat privada és, alhora, la base de la prosperitat general i un dret natural i inalienable de l'individu: tothom ha de poder comprar, vendre i intercanviar-la i, al mateix temps, tothom ha de poder ser lliure per a vendre en el mercat la seva força de treball, els seus coneixements i les seves habilitats. Tanmateix, les seves aportacions ultrapassen l'àmbit de la propietat i abasten altres aspectes rellevants, afectant de ple el jo en la seva totalitat. Han bastit l'aparell teòric i conceptual per passar d'un ordre social i simbòlic en què el subjecte restava sotmès a la família, el gremi i, més en general, a un ordre còsmic i religiós inalterable, a un altre ordre en què la iniciativa, els drets i les responsabilitats individuals passen, per primera vegada a la història, a constituir l'eix legitimador clau de l'ordre social, polític i cultural (Charles Taylor, 1996).

En aquest sentit, la tesi de l'individualisme possessiu que C. B. Macpherson (1970) establí fa ja mig segle, segueix sent un referent indefugible a l'hora d'identificar i entendre els elements filosòfics i conceptuals que van servir per a legitimar el sorgiment i l'hegemonia del capitalisme. Ara bé, també hem tingut ocasió de copsar les limitacions d'aquesta tesi: el capitalisme no es

fonamenta només en la propietat privada i en la llibertat per a comprar-la, vendre-la o llogar-la. La seva lògica inherent porta a la competició incessant per a acumular més capital, més beneficis a reinvertir, cosa que converteix la propietat no en quelcom a usar i gaudir, sinó en un instrument per a fer diners; en un mer apunt en els balanços financers d'empreses i inversors, fins a extrems que ultrapassen clarament els postulats de Locke, Hume o fins i tot Adam Smith. Com encertadament apunta Max Weber (2014), l'afany de lucre és ben anterior al capitalisme; el que és nou, i estretament lligat a ell<sup>236</sup>, és la determinació de fer un ús racional de les propietats i les riqueses acumulades, d'invertir-les amb cura, de posposar (o anul·lar) la gratificació, el gaudi, de conjuminar riquesa i ascetisme. Trets, tots ells, que van clarament més enllà de la noció de propietat que Locke, Hume o fins i tot Smith defensaven.

No és aquesta, però, la limitació més important de la famosa tesi de Macpherson. Tant o més rellevant és el fet que no és suficient per a entendre un tret cabdal de la societat i la cultura que sorgeixen amb la modernitat: la supeditació del subjecte a uns nous sabers científics encarregats de normalitzar —llegeixis homogeneïtzar i sotmetre a paràmetres estàndards— pensaments, emocions i conductes, i a noves institucions disciplinàries encarregades de dur a terme aquesta tasca. Tal i com Michel Foucault demostra a *Vigilar i castigar: el nacimiento de la prisión* (2005), però també a *La voluntad de saber: historia de la sexualidad vol. 1* (2012), tant l'Estat modern com el capitalisme necessiten no només un subjecte calculador, possessiu i bàsicament egoista, sinó també, i de manera complementària, un subjecte disciplinat, un individu que ha interioritzat l'acatament de la norma —d'allò que hom considera correcte i d'allò que hom considera estadísticament com l'estàndard, com el paràmetre al qual tothom s'ha de sotmetre i en base al qual ha de ser avaluat—. D'un subjecte a qui les institucions disciplinàries modernes, des de l'escola a la fàbrica, controlen i vigilen, sí, però també, i sobretot, d'un subjecte a qui en bona part generen, ajuden a néixer i desenvolupar. Control dels cossos i control del saber es complementen per tal de generar una nova subjectivitat que combina iniciativa, competitivitat i possessió en l'esfera productiva i en el mercat amb predisposició a l'acatament de normes, pautes de comportament i de sabers en la seva activitat social, institucional i cultural.

Per últim, hi ha un altre element clau en la gènesi de l'individu modern que, d'una manera clara i rotunda, no s'explica ni per l'afany de lucre i el càlcul instrumental ni pels mecanismes de

---

<sup>236</sup> Si hem posat "estretament lligat" i no "provocat per", o qualsevol altre terminologia que indiqui causalitat, és perquè en la concepció teòrica weberiana economia i cultura son dues esferes autònomes que s'interrelacionen recíprocament; a vegades, donant lloc a resultats inesperats, no volguts. Com ara el cas que ens ocupa: aquest afany per acumular béns i riqueses sense gaudir-ne, fou originàriament resultat de la Reforma protestant que, en abolir el paper d'intermediari que feia l'església entre l'individu i Déu, requereix de signes, de senyals, que hom pertany al grup de persones que se salvarà de ser condemnats el dia del judici final. Un comportament molt afí al capitalisme i, per tant, un catalitzador i impulsor clau. Ara bé, aquest darrer, un cop consolidat, aconseguí buidar aquest acaparament ascètic de la seva connotació religiosa original, transformant-lo progressivament en un mer càlcul instrumental. Vegeu, per a més informació: Max Weber. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península, 1989.

disciplina i estandardització de l'individu, però que, tanmateix, ha jugat, i segueix jugant, un paper clau en l'imaginari social sobre el jo. Ens referim a la noció que entre allò que hom és en realitat, en essència, i el paper que hom representa en públic hi ha una diferència radical. Cosa que equival a dir que entre individu i societat hi ha una tensió, un abisme que la necessitat de viure en societat, per molt evident que sigui, no pot saltar ni passar per alt. I en aquesta noció hi juga un paper clau la concepció romàntica del jo com un ens no merament racional i calculador, sinó com quelcom dotat, a més i sobretot, d'impulsos i anhels que el porten a ser únic i, alhora, creatiu; que el porten a modificar l'entorn com a plasmació del potencial transformador que porta dins seu; i que el menen a fonamentar la família i la vida privada i domèstica a partir no dels dictats de la tradició ni del plegament als convencionalismes, sinó a les emocions i als sentiments del jo. El romanticisme, lluny de ser una mera reacció a la modernitat il·lustrada, n'és una baula essencial. Especialment pel que fa a la concepció del jo i de les relacions socials.

### **Principi de realitat i principi de plaer: d'antagònics a complementaris**

Tal i com s'ha tingut ocasió de veure en el decurs d'aquesta recerca, la gènesi i consolidació de les societats modernes ha anat acompanyada d'una estreta complementarietat entre dues dinàmiques de funcionament diferenciades: d'una banda, el comportament dinàmic i instrumental propi del mercat capitalista, però també del jo iconoclasta del romanticisme; de l'altra, el comportament disciplinat i estandarditzat pròpies de l'activitat política i social. Doncs bé, les aportacions teòriques, entre d'altres, de Wendy Brown, David Harvey, Tom Slee, Pierre Dardot, Christian Laval o la del darrer Michel Foucault posen de relleu que aquesta relació de complementarietat basada en una autonomia relativa de cadascuna ha passat a la història. El mercat capitalista i el seu principi rector —la competència a ultrança— esdevenen el model hegemònic que regeix el funcionament de tot l'entrellat institucional i social actual.

Certament, a *La gran transformació* (2016) Karl Polanyi ja demostrava com la lògica del mercat envaïa el conjunt de l'activitat productiva, convertint la terra, la naturalesa o el treball en mercaderies que es compren i es venen i com, de retruc, això alterava de forma irremeiable —i dramàtica— les institucions socials, polítiques i culturals. Ara, però, la situació és diferent: no estem tan sols davant la supeditació d'aquestes institucions al principi de competència propi del mercat capitalista, sinó a la seva conversió en agents actius d'aquesta dinàmica, en *creadors* de mercats allà on aquests no havien existit mai, en òrgans que, a més, l'implementen en tots i cadascun dels seus processos i, per últim, en potents legitimadors de la lògica del mercat entesa com una raó total (Dardot i Laval), com una cosmovisió (Mayos) que ho abasta tot i que, lluny de ser una opció més, una ideologia, emana de la naturalesa mateixa de l'ésser humà i del món.

D'altra banda, ara ja disposem de suficients elements com per a postular que el neoliberalisme, entès com una cosmovisió integral, total, difereix en aspectes substancials de la visió liberal clàssica del subjecte. D'entrada, en un aspecte cabdal: l'individu neoliberal no és merament un agent calculador i possessiu, que s'adapta tan bé com pot a les circumstàncies, sinó que, per damunt de tot, és un emprenedor (Dardot i Laval), algú que incorpora el canvi i la innovació com una dimensió essencial de la seva existència; algú que constantment calcula costos i guanys però que, a diferència de l'homo oeconomicus clàssic, ho fa no per a adaptar-se a les circumstàncies sinó per a modificar-les o crear-ne de noves; algú, a més, que no requereix de vigilància externa, perquè ell s'erigeix en el vigilant més exhaustiu i exigent del seu jo; algú que no es limita a posar al mercat la seva força de treball, sinó que esdevé, ell mateix, la seva pròpia font de beneficis, de capital; ell és —i ha d'aspirar a ser cada dia més— un actiu valuós: cobejat, desitjat i, per tant, amb un valor financer a l'alça. Al capdavall, el seu producte més reeixit, la seva creació més preuada, és ell mateix.

Estem, doncs, davant una nova cosmovisió integral que, de manera molt significativa, inclou una reformulació radical del jo; una reformulació de la qual els textos —acompanyats i reforçats per cursos, tallers i altres pràctiques i antropotècniques (Peter Sloterdijk, 2013)— de “creixement personal”, màrqueting i gestió de recursos humans en són un bon exponent. I, alhora, un potent catalitzador i difusor. En tots els que s'han analitzat aquí, però de manera especialment explícita a *Urbrands: construye tu marca personal como quien construye una Ciudad* (2014), de Risto Mejide, l'èmfasi en convertir-se en una marca és omnipresent. Gustos, aficions, coneixements, vivències... tot pot servir; més ben dit, tot *ha de servir* per a que la nostra marca cotitzi a l'alça. I, paral·lelament, els textos de Roberto Fusté (2018) i Raimon Samsó (2014) posen de relleu que aquest procés de construcció de la marca personal és indissociable de la capacitat d'innovar, l'actitud activa i la predisposició a construir noves realitats en comptes d'adaptar-se a l'existent. Més encara: de concebre la pròpia existència, en totes les seves facetes, incloses les no econòmiques, com un *work-in-progress*, com un procés constant de millora, de canvi, tal i com Nicoli i Paltrinieri (2019) posen inequívocament de relleu.

Ara bé, també hem tingut ocasió d'analitzar com i perquè l'aplicació de l'imperatiu de la competència a tots els àmbits de l'existència no ho explica tot. El consum —concepte que, avui, abasta no tan sols tota mena d'objectes i serveis, sinó també intangibles com ara les “vivències” i, fins i tot, les relacions socials (Zygmunt Bauman, 2007)— esdevé, avui, una peça clau en el procés d'individualització (Gilles Lipovetsky, 2000; Ulrich Beck, 2006, 2016). La singularitat i la diferenciació a què fèiem referència als apartats precedents, i que tan important resulta per a entendre la relació actual que mantenim amb la propietat, s'entenen millor a la llum de la lògica consumista. Comprem, lloguem o compartim en part impel·lits per la lògica de la competència que ens mena a convertir-nos en empresaris innovadors capaços de vendre el nostre producte —que,

bàsicament, és el subjecte, el jo en allò que té de diferent i creatiu— però en part també per desig, per impulsos, per anhels. El càlcul egoista no ho explica tot. No és l'única variable a contemplar, car la impulsivitat, la satisfacció de gustos i desitjos, juguen també un paper important.

I és que, tal i com les anàlisis de Zygmunt Bauman i Gilles Lipovetsky posen de relleu, el procés actual d'individualització va estretament lligat al consum, que opera apel·lant no a la norma i la disciplina (Michel Foucault, 2005) sinó a la seducció, a l'atracció. I aquestes, al seu torn, tenen en el gaudi un vector clau. Cosa que equival a afirmar que bona part de l'activitat econòmica, però també de l'ordre social i de la configuració de la subjectivitat contemporànies recau, paradoxalment, en el plaer. I remarcuem el mot “paradoxalment” perquè el principi de plaer és quelcom que, per la seva pròpia naturalesa, sembla espontani, imprevisible, totalment indiferent als convencionalismes i, per tant, profundament incompatible amb l'ordre social i cultural, tal i com Freud argumentava fa més de noranta anys a *El malestar en la civilització* (editat originàriament l'any 1929). En el decurs de les darreres dècades, però, el poder polític, econòmic i mediàtic ha descobert que, hàbilment gestionat, esdevé una eina de gestió i generació de subjectes. En aquest sentit, les tesis de Philip Kotler (2018), guru indiscutible del màrqueting contemporani, posen de relleu de forma fefaent com l'estudi sistemàtic de tot allò que impulsa i motiva les persones a actuar i a moure's és la base per a reconduir-les hàbilment cap allà on l'especialista en màrqueting i publicitat desitja. Sense necessitat d'imposicions, sense necessitat d'ordres visibles. I, sovint, sense necessitat d'apel·lar a la raó i al càlcul.

Es tracta d'una novetat notable, i d'abast molt més ample i profund del que pugui semblar a primera vista: tal i com hem tingut ocasió d'analitzar a la primera part de la recerca, les dues dinàmiques bàsiques de les societats modernes —la del mercat, basada en la competència i el càlcul egoista, i la sociopolítica, basada en assumir i interioritzar un seguit de pautes disciplinàries i normalitzadores— tenen com a condició de possibilitat supeditar, controlar o posposar el gaudi, el plaer i l'impuls en ares als imperatius econòmics o socials imperants. Ara, però, i de la mà del predomini de la lògica del consum — que, recordem-ho un cop més, es fa extensible no només a béns tangibles, sinó també a elements simbòlics (Jean Baudrillard, 2009) i fins i tot a les relacions amb els altres i amb un mateix (Zygmunt Bauman, 2007), la relació que mantenim amb el món i, per tant, també amb la propietat, es fa en termes de consum. Així, el consum afectaria no només la relació de l'individu amb les coses, sinó també amb els altres i amb si mateix. Repercutiria de ple en la societat i les persones, en totes les dinàmiques, en totes les seves facetes. Tant, que el subjecte contemporani vindria a resultar la culminació del procés de triomf de l'*homo laborans*, amb la seva tendència intrínseca a consumir-ho tot, a devorar-ho tot, sobre l'ideal d'estabilitat i permanència inherent a l'*homo faber* que Arendt teoritzà fa més de mig segle a *La condició humana*.

¿Estem, per tant, davant una doble dinàmica, davant una tensió entre el “principi de realitat” que vindria donat, avui, per l’emprenedor obsedit a controlar el seu jo per tal de millorar-lo dia rere dia, i el “principi de plaer” que ens mena a concebre el món i la realitat com quelcom a consumir quan ens vingui de gust? Segons el que s’ha anat analitzant, la relació entre ambdues dinàmiques és més complexa, molt més interdependent. No es pot reduir a una dicotomia simple. Si reprenem les tesis de Zygmunt Bauman, veiem que per a gaudir de l’univers consumista cal, prèviament, que el subjecte esdevingui un “objecte de consum”, és a dir, que sigui percebut pels altres com algú interessant, desitjable per algun motiu. Una tesi que els textos orientats a donar consells que hem analitzat aquí posen particularment de relleu. La marca personal que, segons Roberto Fusté (2018), Risto Mejide (2014) o Raimon Samsó (2014) ens veiem impel·lits a bastir i a vendre no és només una eina útil de cara a l’èxit professional i econòmic; és, també, una estratègia per a evitar la irrellevància social i, alhora i sobretot, no perdre oportunitats de viure i compartir experiències interessants. És, doncs, una eina gratificant i imprescindible alhora. Una eina que, de pas, per a optimitza les possibilitats que d’aitals contactes i experiències en sorgeixi una font potencial d’èxit econòmic i professional. Si una cosa posen clarament de manifest els textos de “superació” aquí analitzats és que cal fer del treball quelcom divertit i apassionant, quelcom a gaudir gairebé tant com les estones de lleure, mentre que aquestes darreres, al seu torn, poden ser útils per a fer contactes, per a difondre una millor imatge personal, per a incrementar l’atractiu de la seva marca personal; en definitiva, per a l’esdevenidor professional de cadascú. Consum i productivitat, avui, formen un continu que s’embrida una i mil vegades, que es retroalimenta sense fi. Fins al punt que cada dia costa més diferenciar-los.

### **La creativitat, pont entre el principi de realitat i el principi de plaer?**

Hem acabat el paràgraf anterior afirmant que l’esfera productiva i el lleure tendeixen, avui a funcionar com un contínuum. Passió i càlcul, plaer i disciplina, s’alternen i es reforcen tant en l’àmbit laboral com en el consum. Amb tot, hi ha un punt que les anàlisis precedents han passat per alt: el consum, avui, té una dimensió participativa i creativa que abans no tenia. Ja no es limita a la compra o l’accés a un bé o servei presentat com a atractiu i emocionant sinó que, cada cop més, apel·la a la individualitat i a la creativitat, a la implicació personal. Des de l’èxit del model “faci-ho vostè mateix” d’empreses com ara Ikea fins a l’emissió de vídeos i consells de tota mena a les xarxes socials, passant per la conversió de moltes persones en *influencers*, en individus que marquen tendència, el fet és que esdevenim, cada cop més, prosumidors, tal i com assenyala Jeremy Rifkin a *La sociedad del coste marginal cero...* (2014). Tanmateix, aquest tret tampoc no suposa, ara per ara, una alternativa al capitalisme. De fet, ara tenim més elements que no pas a l’inici d’aquestes conclusions per a argumentar que els indicis apunten clarament en direcció

contrària. A nivell teòric, les anàlisis d'Oli Mould a *Contra la creativitat* (2019) posen de relleu que l'apel·lació a la creativitat, tan inherent a l'àmbit artístic, és emprada, avui, com una via per a incrementar la productivitat i l'acumulació de beneficis. I, ahora, com una poderosa font per a legitimar la introducció de la lògica neoliberal fins i tot en el sector públic. Una línia força coincident amb la que Eve Chiapello (*Artiste versus manager...*, 1998) i Luc Boltansky i Ève Chiapello (*El nuevo espíritu del capitalismo*, 2002) exposen, tot argumentant que la passió, la creativitat, la imaginació i el plaer, que abans havien estat patrimoni dels artistes i un ariet en la seva aferrissada oposició a l'*ethos* burgès, són, avui, un ingredient bàsic del funcionament del capitalisme més avançat. Hi proporcionen la productivitat i la innovació que els diferencia de la resta i, de pas, neutralitzen tota possible crítica al capitalisme, presentant aquestes empreses i el capitalisme més innovador com a referents —en comptes d'antagònics— de la passió, la imaginació i la creativitat... que emanen del nostre interior.

Que emanen del nostre interior: aquest és un aspecte clau, cabdal. Les apel·lacions a consumir, ja sigui a través de la compra, el pagament per accés o fins i tot alguna fórmula d'intercanvi gratuïta, es fan en nom no només des del plaer més mecànic, més fisiològic i impulsiu, sinó també apel·lant a allò més genuí i, per tant, més imaginatiu i creatiu, que hi ha dins de cadascú<sup>237</sup>. Certament, i tal i com hem tingut ocasió d'analitzar en reiterades ocasions, aquest tret no es presenta de manera homogènia, sinó que és més intens entre els grups d'estatus més elevat, i va minvant a mesura que hom baixa en l'escala socioeconòmica i cultural. Bo i així, esdevé el referent dominant, el mirall que tothom mira. La publicitat i el màrqueting en són uns magnífics exponents: tres referents mundials d'aquest sector, com són Kotler, Kartajava i Setiawan, reiteren al seu llibre *Màrqueting 4.0* (2018) que no n'hi prou amb apel·lar a la utilitat, ni tan sols al plaer. Si hom vol anar més enllà de guanyar clients; si allò a què hom aspira és a guanyar adeptes que es converteixin en propagadors convençuts i entusiastes de la marca, cal anar un pas més; cal tenir una visió integral de la persona que, de manera molt especial, apel·li als seus valors, a la seva identitat, al seu jo més profund. I els valors estètics, convenientment fusionats, avui, amb el capitalisme més dinàmic, en són una eina clau. Bàsicament, per dos trets: en primer lloc, perquè la imaginació i l'element lúdic inherents a l'art, base de l'estètica, permet que la dimensió més pulsional i la més racional conflueixin, tal i com Roberto Samsó posa de manifest a *Supercoaching*

---

<sup>237</sup> Una derivada d'aquesta vessant creativa, imaginativa i constantment renovada que aporta la dimensió estètica al consumisme capitalista és la qüestió de si el procés de renovació i increment dels estímuls pot seguir creixent de manera il·limitada o si té uns límits infranquejables. Segons exposa Bernard Stiegler (2012) a "From libidinal economy to the ecology of the spirit", la libido està cada cop més controlada per les tècniques de màrqueting i publicitat, cosa que va en detriment de la seva energia, de la seva força que només l'espontaneïtat li pot donar. I, en perdre energia, els estímuls necessaris per a mantenir viva la maquinària de consum anirien minvant. L'estímul de la libido sota la tecné capitalista actual suposaria, paradoxalment, el principi del seu final. Doncs bé, en la línia dels arguments aquí exposats, considerem Stiegler s'equivoca. Bàsicament, perquè la dimensió estètica, vehiculada a través de la figura de l'artista, atorga aquest plus constant de renovat ímpetu, de creativitat, de singularitat i de creativitat que faria que ens veiem esperonats a consumir més i a comprometre'ns amb més passió i intensitat a la feina. I a fer-ho sense necessitat d'un control extern, sinó com a resultat d'una motivació que —suposadament— ve de "dins".



*para cambiar tu vida* (2014), on es fan al·lusions al paper de la dimensió estètica, en la seva vessant més lúdica, per a esperonar tant la creativitat que emana de l'inconscient com les idees. Però també perquè emanen directament de l'interior de cadascú, són l'expressió d'allò més genuí, més autèntic, que hi ha dins cadascú. Si més no, així és com es veu del Romanticisme i com la literatura popular —avui en forma d'autoajuda i consells professionals— recull i fa seu. Amb la diferència que, ara, aquest enfocament es posa al servei de l'empresa i la productivitat.

I el mateix succeeix amb el treball. Excel·lir professionalment, ser el millor, el més productiu, el que innova més, el més creatiu; en definitiva, destacar sobre la resta i ser *trending topic*. La publicitat, el màrqueting i la literatura de "creixement personal" presenta aquests atributs com el model a imitar per tothom. Arreu i a tothora. Per descomptat, ho fa apel·lant a l'èxit professional i al rendiment pecuniari que obtindrà si segueix i dur a terme aquests ideals. Però també, i molt especialment, a la idea que, si hom segueix aquest senderi, podrà donar expressió al seu jo en la vessant més genuïna, més autèntica. En transformar-se a si mateix de manera incessant, l'individu actual —el *prosumidor* actual, que hibrida, combina i enfila de mil maneres treball i consum— obre pas al desplegament de tot allò que pot arribar a ser, de tot allò que porta dins seu i espera el moment, l'energia i la il·lusió idonis per a convertir-se en realitat.

Amb tots aquests elements, la noció del subjecte neoliberal com algú que, empès per l'omnipresència actual del principi de competència inherent al neoliberalisme, es concep a si mateix, als altres i al món com una font de capital que ha de saber explotar i aprofitar al màxim, arreu i tothora —Wendy Brown, 2016; Byun-Chul Han, 2014; i, sobretot, Christian Larval i Pierre Dardot, 2013—, ha de ser complementada i matisada. En essència, és certa, però la motivació que l'impulsa no rau només en l'afany de lucre, ni tan sols en la voluntat ferma d'aplicar la competitivitat als àmbits no econòmics, sinó també en el consum catapultat per l'afany de gratificació emocional i sensorial i, sobretot, en la convergència actual entre la figura de l'artista i el capitalisme neoliberal, que porta a voler expressar en tot moment la creativitat, l'esperit innovador i la singularitat que hom porta dins seu.

### **Entre l'expressió del jo singular i la comunitat**

Innovació, creativitat, originalitat, diferenciació. Aquests, i altres atributs afins, són presentats com el model que mena a l'èxit... i que evita el perills de la irrellevància laboral, econòmica i social. El marc teòric aquí desenvolupat coincideix en aquest punt, i l'anàlisi de la literatura sobre autoajuda, gestió i màrqueting també, tot afegint el plus passional que vindria donat pel fet que aquest afany de diferenciació, lluny de ser un mer imperatiu econòmic i cultural, és el resultat de l'expressió de l'autèntic jo, d'allò més profund, d'allò que ens defineix en essència.

En aquest context, i per estrany que pugui semblar a primera vista, la proliferació dels contactes socials, i fins i tot la (re)aparició d'una (nova i diferent) manera d'entendre la comunitat son realitats complementàries; son, en certa manera, l'altra cara de la moneda.

D'entrada, perquè la diferenciació i la singularització no son res sense el reconeixement social. Mostrar un perfil original a les xarxes socials i procurar implementar una bona estratègia per tal d'aconseguir el major nombre possible de likes i de followers son, avui, passes complementàries. Son un contínuum sense el qual no hi ha èxit possible. De l'oficina al lleure, de casa a l'altra punta de món, la lògica és sempre la mateixa: diferenciar-se per a adquirir visibilitat, per a ser algú. Cosa que necessàriament implica haver de compartir i intercanviar. Fotos, vídeos, sèries de TV, dades, experiències, relats i —per què no?— també objectes i serveis de diversa índole. Tot s'hi val per tal d'estendre, renovar i millorar les xarxes de relacions socials que hom manté.

En segon lloc, perquè aconseguir dades, informacions, serveis i productes culturals —en definitiva, per a aconseguir mercaderies que, tal i com ens mostrà Jean Baudrillard (2009), venen definides no tant pel seu valor d'ús, ni tan sols pel seu valor de canvi, sinó com a signes codificats culturalment— és la principal condició de possibilitat per diferenciar-se i, per tant, donar-se a conèixer. Ara bé, hom accedirà a un major i millor nombre de signes —és a dir, a objectes, serveis i informacions que hom considera valuosos en un entorn social i cultural donat— si, i només si, es mostra disposat a compartir-ne els seus. I a fer-ho de manera (aparentment) generosa, altruista. Amb ganes, amb passió, amb intensitat. Una vegada més, la literatura d'autoajuda aquí examinada coincideix amb les anàlisis de Doris Lessig (2012).

Però també hi ha un darrer, i per això menys important, factor. La tendència, per no dir l'imperatiu, a ampliar, reforçar i renovar les xarxes de contactes socials també obeeix al neguit per teixir lligams comunitaris, per “fer comunitat”. Una “comunitat” que ben poc tindria a veure amb aquell tipus de col·lectivitat teoritzada per Ferdinand Tönnies (1984), que romanía relativament aïllada geogràficament i culturalment de l'exterior i fonamentada en un fort grau d'homogeneïtat cultural i en una fidelitat no qüestionada a la tradició i als lligams emocionals i personals de parentiu. Ben al contrari, el seu equivalent actual seria flexible, adaptable, diversa; *líquid*, per emprar la famosa metàfora de Zygmunt Bauman. I, a més, seria el resultat, l'expressió, d'un jo narcisista (Gilles Lipovetsky, 2000), que cerca en l'altre un mirall, i una demostració, de les seves virtuts i del seu (suposat) altruisme. Amb tot, i sota aquesta nova, i substancialment diferent, configuració, seria cabdal per a proporcionar confort social, sentiment de pertinença i una mínima (per no dir aparent) sensació de seguretat.

És, doncs, des d'aquesta doble i interdependent tendència vers la singularització i, alhora, vers l'èmfasi en les relacions socials, que cal entendre la sorprenent complementarietat actual

entre la propietat, l'accés —gratuït i/o de pagament— i l'intercanvi i la cooperació. Economia col·laborativa i competència exacerbada, propietat privada a ultrança i fórmules col·laboratives, formen, avui, un contínuum. Un contínuum que opera al servei del capitalisme en la seva versió neoliberal, més que no pas com una alternativa. Si més no, ara per ara i sota els referents culturals i simbòlics avui dominants. I és que, impel·lits alhora per la necessitat d'evitar la irrellevància i per les promeses consumistes d'accedir al plaer —tant el que es deriva dels sentits com el que emana del desplegament de la creativitat—, competim arreu i tothora, al mateix temps que cooperem en multitud de contextos, però gairebé sempre de manera puntual. Perquè és útil de cara a millorar la imatge de marca personal i per a donar-la a conèixer a més gent, però també per un genuí desig de crear uns lligams socials que, bo i ser en molts casos efímers i bo i partint gairebé sempre d'un jo narcisista, no deixen de ser, malgrat tot, l'expressió d'una inclinació veritable, d'una necessitat, d'establir, ampliar i renovar vincles amb els altres.

Ara bé, aquest doble vector subjacent, aquesta doble dinàmica individualitzadora i, alhora, socialitzadora, té com a rerefons el risc sistèmic i la renegociació constant de rols.

### **El rerefons subjacent: risc, incertesa i renegociació de rols**

Així doncs, en el decurs d'aquesta recerca hem vist com la relació que avui mantenim amb la propietat, el lloguer, l'accés o l'intercanvi forma part d'un continu en què les diferències entre possessió i compartició tendeixen a difuminar-se. Hem tingut ocasió d'identificar i analitzar diversos fenòmens que hi contribueixen i n'aclareixen els perquè. Alguns d'ells son de caire inequívocament econòmic, com ara la consolidació d'un nou model d'acumulació capitalista marcat per l'acceleració dels ritmes d'obsolescència i rotació de mercaderies i, alhora, per la segmentació i la personalització (David Harvey, 2012), l'auge del capitalisme financer (Nancy Fraser i Rahel Jaeggi, 2018), la consolidació del capitalisme de plataformes (Nick Srnicek i Alex Williams, 2016 i 2018). D'altres, però, inclouen complexos fenòmens socials i culturals, com ara la incidència del consum —d'objectes, però també, i sobretot, de signes, d'experiències, de relacions humanes, de manera de concebre la nostra relació amb els altres i amb el món (Zygmunt Bauman, 2007)— o l'aparició d'un capitalisme impregnat de valors estètics, als quals recórrer per a captar nous públics (Gilles Lipovetsky, 2015), legitimar-se (uc Boltanski i Ève Chiapello, 2002) i, sobretot, aportar aquest plus de creativitat, originalitat i passió en el procés de transformació constant i reiterat del jo.

Paral·lelament, hem vist que aquest conjunt de transformacions no incideix només en les idees, valors i percepcions. La nova relació que mantenim amb les coses, les persones i amb nosaltres mateixos és més que una opció econòmica i una ideologia; és una "raó total" (Pierre Dardot i Christian Laval, 2013), una cosmovisió (Gonçal Mayos, 2019). I, com a tal, es tradueix en un munt de pràctiques,

de tallers, sessions de coaching, missatges publicitaris i teràpies. En definitiva, d'exercicis, pràctiques i antropotècniques exercides sobre el cos i la ment (Peter Sloterdijk, 2013) que tradueixen aquesta visió als actes quotidians i que fan possible un nou mode governabilitat en què és el propi subjecte qui s'autoexplota i es controla i vigila a si mateix (Michel Foucault, Wendy Brown o Dardot i Laval). Ens cal, per tant, un marc interpretatiu capaç d'abastar aquest entrellat de transformacions econòmiques, socials, culturals i estètiques. I que, a més, permeti copsar el sentit i l'abast de la paradoxal —si més no, en aparença— doble dinàmica, individualista i, alhora, amatent a teixir lligams socials, a què fèiem referència a l'apartat precedent.

Com a resultat de tot el que s'ha vist i analitzat, considerem que el concepte de “modernitat líquida” de Zygmunt Bauman (2007) aporta claus explicatives molt adients. En especial, perquè permet entendre la relació que l'individu actual manté amb la propietat o la compartició en el marc de la substitució de rols, pautes de comportament, idees, valors i relacions socials abans que hagin pogut cristal·litzar en realitats (aparentment) sòlides i permanents. En aquest marc, l'adaptació al canvi constant i a la incertesa es converteixen, paradoxalment, en la nova norma dominant. Ara bé, pel tema que ens ocupa, i sense deixar Bauman de banda, són les tesis d'Ulrich Beck les que ens permeten copsar millor el rerefons dels trets que hem anat analitzant. En el seu model, el risc (2006), lluny de ser quelcom inherent a la natura i que el progrés humà va acotant i limitant poc a poc, esdevé un tret estructural. Augmenta, en comptes de disminuir, amb els avenços tecnològics i productius i amb els canvis socials. I, a sobre, ha de ser afrontat individualment, cosa que porta els individus a renegociar constantment els seus actes, els seus rols i, fins i tot la seva identitat, el significat i l'abast de les seves biografies (Beck, 2016).

Des d'aquest marc interpretatiu, la pulsio per diferenciar-se i afirmar la pròpia identitat alhora que hom cerca ampliar i renovar el seu ventall de relacions socials s'entén millor: lluny d'obeir a un mer egoisme, lluny d'avaluar la famosa tesi de Margaret Thatcher segons la qual “no existeix la societat, només existeixen els individus”, ambdues pulsions constitueixen els pols complementaris de la recerca d'uns referents que atorguin reconeixement, valor i dignitat en un entorn fràgil i inestable. De la mateixa manera, la substitució de la dicotomia productor egoista i calculador versus consumidor esclau dels seus impulsos —la figura del prosumidor, que és alhora consumidor i productor i que, sempre i en tots els casos, reclama un rol actiu, dinàmic i transformador en tot allò que fa i en tot allò que consumeix— s'entén millor a la llum de la necessitat, però també del plaer, que neix d'afirmar la creativitat i l'originalitat personals i comunicar-la arreu. Necessitat i plaer, “esperit artístic” i treball incessant sobre un mateix, s'alternen a l'hora de fer del consum actiu i diferenciat un símbol socialment recognoscible d'allò que afirmem ser i del grup o grups amb qui ens volem adscriure. I, per últim, aquest marc d'incertesa en què la identitat, els trets i els rols de cadascú s'han de construir i negociar una vegada i una altra constitueix el marc idoni per a entendre com i perquè és el mateix individu qui s'ausculta, s'autoavalua, s'autocontrola, s'exercita i es vigila a si mateix. Però no amb el propòsit de

mantenir i repetir trets de la seva personalitat, rutines i patrons de comportament, sinó d'excel·lir cada cop més, de del jo un procés, un *work-in-progress* (Nicoli i Pastrineri, 2019) permanent, sense brúixola, sense fi. L'individu actual vol transformar sense treva tota la realitat que l'envolta, però, per damunt de tot, allò que desitja transformar —i, al mateix temps, allò que es veu impel·lit a fer si no vol caure en la irrellevància— és ell mateix.

### **Èxit, felicitat i autenticitat: els nous eixos legitimadors del jo**

I és justament en aquest *work-in-progress*, en aquest protagonisme del paper autoregulator del subjecte actual, en aquesta motivació interna més que no pas externa, on la literatura d'autoajuda, màrqueting i management pot aportar elements més valuosos. I, tal vegada, més innovadors.

Certament, ja hem tingut ocasió de comprovar reiteradament que aquest tipus de textos utilitza un vocabulari i un rerefons conceptual i ideològic força compatible amb el marc teòric que hem bastit i analitzat en aquesta recerca. I hem comprovat, també, el seu destacat i important paper legitimador del subjecte neoliberal. Per últim, també hem pogut constatar que el darrer Foucault —el del curs del Collège de France sobre el neoliberalisme, però també el de *El cuidado de sí* (2019— i Peter Solterdijk (2013) posen l'accent en la importància que les tècniques orientades a la transformació i el canvi personal tenen en la configuració del subjecte actual. Amb tot, hi ha un element que no sol estar prou present en les anàlisis sociològiques i filosòfiques però que incideix, i de manera incisiva, en la configuració, difusió i naturalització d'aquest jo entès com un *work-in-progress*, com quelcom que requereix un procés d'automillora constant on la fita suprema és, justament el canvi. Ens referim a la construcció d'un discurs —acompanyat d'unes pràctiques, com no pot ser d'una altra manera en aquest tipus de textos, tan orientats a l'acció, a la transformació personal— que s'articula sobre un triple vèrtex: èxit—felicitat—autenticitat.

Tradicionalment, s'ha vist en l'èxit, ja sigui econòmic, familiar o en qualsevol altre àmbit, un requisit, una condició necessària, encara que tal vegada no suficient, per a la felicitat. Així, tenir una bona feina, obtenir uns ingressos generosos o disposar d'una segona residència i un cotxe de gama alta han estat considerats com factors que ajuden (i de quina manera!) a tenir una vida més plena, a sentir-se autorealitzat. Fixem-nos que en aquesta visió moderna —la que encara traspua en els textos de Dale Carnegie, per exemple—, la prosperitat, així com un ambient professional cordial i estimulants, precedeixen la felicitat. I fixem-nos, també, que aquesta darrera és entesa com estadi que, un cop assolides unes fites, uns objectius, roman estàtica.

Ben diferent és el lligam que hi ha entre èxit i felicitat en la literatura empresarial i de creixement personal actual: tal i com exposen Edgar Cabanas i Eva Illouz a *Happycracia* (2019), ni els guanys econòmics, ni un bon ambient laboral ni un treball fet amb cura i destresa menen a la felicitat. Ben al contrari: és la felicitat de cadascú allò que permet augmentar el rendiment laboral, millorar les relacions humanes dins i fora de la feina i aconseguir més ingressos. Altrament dit: els resultats visibles de l'èxit —entre ells, l'accés a béns i serveis altament cobejats, ja sigui en règim de propietat o d'accés a través d'alguna plataforma— són el *resultat*, i no la causa, d'una existència feliç.

Arribats a aquest punt, la pregunta és òbvia: si la felicitat no depèn de l'èxit ni d'uns factors determinats, sinó que n'és el prerrequisit, quina n'és la causa, què la provoca? I en què consisteix, què és en essència? El gruix de la literatura d'autoajuda i gestió empresarial actual considera que la felicitat s'entén, avui, com una ciència, com quelcom que hom pot assolir si aplica i duu a terme un seguit de passes. Això sí: amb perseverança, rigor i autoexigència. Tenim doncs, una primera resposta: la felicitat no és quelcom misteriós, inefable o subjectiu, ni tampoc res equivalent a un estadi de serenor, contemplació i quietud interna, sinó que és el resultat natural d'un seguit de trets, passos, exercicis i condicions que la ciència pot detallar i mesurar. Tanmateix, això no és tot, ni molt menys: seguint amb l'anàlisi feta en aquest llibre, hi ha un altre tret, un tret de recent aparició però cabdal: la felicitat no és quelcom estable, quelcom que, després d'un llarg procés, pot arribar a ser assolit d'una vegada per totes, sinó que és un procés inacabable. Hom serà feliç si, i només si, s'adapta al canvi constant. Més encara, si s'hi anticipa perquè incorpora la transformació interna com una dinàmica essencial del seu jo, perquè entra en un procés d'automillora permanent. O, per emprar un terme que no per casualitat ha entrat a formar part del vocabulari comú, en una dinàmica de creixement personal. Una automillora i un creixement que no poden tenir aturador. Fixar-se uns objectius i acostumar-se amb assolir-los no és suficient; de fet, és nefast: la felicitat consisteix en anar sempre a més, en voler superar uns objectius tan bon punt s'han assolit, en ultrapassar qualsevol límit establert; en “sortir de la zona de confort” una i mil vegades. El *work-in-progress* a què hem fet referència en apartats precedents té aquí el seu màxim i més potent element legitimador: hem d'autovigilar-nos i hem de ser cada dia més exigents amb nosaltres mateixos no només per a aconseguir allò que ens proposem; no només per a assolir els signes visibles de l'èxit i el reconeixement, sinó també, i molt en especial, perquè només així serem feliços. Aquesta és la raó de ser de les tècniques actuals del jo; d'allò que Peter Sloterdijk anomena antropotècniques. Unes antropotècniques que, tal i com encertadament argumenta el filòsof eslovè, es remunten ben lluny en el temps, però ara estan adquirint una nova funció i una nova casuística: de ser quelcom estretament lligat a la preservació d'un ordre simbòlic i social a ser quelcom posat al servei de la felicitat personal; de ser quelcom que obeïa a un propòsit clar a ser un procés sense fi que no té més finalitat que perpetuar i accelerar el canvi; de

ser quelcom supeditat a la religió i consolidar una determinada cosmovisió a ser quelcom profà, centrat en àmbits com ara l'esport, l'art o el lleure; i de ser quelcom en mans d'una reduïda elit a ser imperatiu que tothom ha de dur a terme. Ara i arreu, sense treva ni aturador.

La felicitat és, doncs, una ciència (Edgar Cabanas i Eva Illouz, 2019) i, com a tal, conté un seguit de regles, paràmetres i mecanismes de verificació. Tanmateix, encara ens manca un altre punt, tal vegada el més important, el que serveix de punt d'arrencada i de rerefons, el que justifica tot aquest arsenal de tècniques que el mercat, els *coachs* i la psicoteràpia ofereixen i renoven sense pausa: trobar i identificar l'autèntic jo interior, allò que som en essència. Perquè d'allò que som en essència se'n deriva allò que constitueix la missió de cadascú (Roberto Fusté, 2018; Risto Mejide, 2014; Raimon Samsó 2014). I a l'inrevés: trobar aital missió és trobar allò que ens defineix per sobre de qualsevol altra tret. Amb el benentès que la identificació tant de l'una com de l'altra no és, *no pot ser*, un procés teòric ni estable. Trobar la missió i, per tant, allò que som per damunt de tot, requereix i implica posar-la en pràctica, i posar-la en pràctica pressuposa exigir-se cada cop més a un mateix i assolir fites cada cop més altes. Fites, totes elles, que pressuposen i impliquen el compromís absolut amb la transformació incessant d'un mateix. Allò que som només es manifesta a través de l'acció, del canvi, de la modificació sense treva. Som en la mesura que ens transformem. L'ésser, avui més que mai, equival a esdevenir.

Així doncs, és el desplegament del potencial intern, d'allò que hom és en essència, el que pot menar-nos a la felicitat. I l'èxit? D'entrada, i tal i com els autors analitzats recullen, no es limita a la vessant material —tot i que se li atorga importància— sinó que també inclou el lleure, la família i la salut. Bàsicament, equival a assolir les fites que hom s'ha marcat, siguin quines siguin. No és estrany, doncs, que sigui el reclam principal, l'eixam predilecte de la puixant indústria de l'autoajuda i el creixement personal. Però, per molt important que sigui, i per molt present que sigui en aquest tipus de literatura (i de pràctiques sobre el jo) en el fons és, com ja apuntàvem més amunt, una derivada, un resultat. De l'ésser —un ésser la naturalesa del qual consisteix en un procés perpetu de canvi, d'esdevenir— a l'èxit personal, i d'aquest, al tenir, aquesta és la línia a què apunta el gruix de la literatura de "creixement" personal. Estem, doncs, ben lluny dels raonaments propis de l'*homo oeconomicus*. Cosa, però, que no implica una manca d'interès pels diners, ni dels béns, propietats, serveis i experiències a què hom té accés. Ni molt menys! Aquests són importants. I són plenament legítims, perquè constitueixen una manifestació del grau de felicitat personal. Una felicitat que, com acabem de veure, consisteix en el desplegament de l'autèntic potencial de cadascú. Ergo, si hom té molts actius, i si, a més, els renova, actualitza i millora a cada moment, és perquè ell, o ella, és feliç, és perquè ha dut a terme tot el seu potencial i, per tant, és millor persona.

Cosa que implica i pressuposa, de manera inevitable, que la felicitat és una fita que només es pot assolir personalment. I les amistats i la vida social? Són ben valorats: contribueixen a la felicitat i en són, alhora, una manifestació. Però aquesta darrera consisteix, al capdavant, en desplegar allò que cadascú té de genuí, de propi, de diferent. I de fer-ho amb perseverança i esforç, posant-se fites cada cop més difícils. Trets, tots ells, que només es poden fer a nivell estrictament individual.

Per tant, l'eventual fracàs, la manca de felicitat, l'angoixa, el dubte, la incertesa o, pitjor encara, el desànim i la depressió, són responsabilitat única i exclusiva de cadascú. Més encara: són una manifestació externa o bé de la manca de compromís amb l'automillora, o bé de la incapacitat (o, pitjor encara, de la desídia) per trobar la missió i, per tant, l'essència de cadascú. Partint d'aquestes premisses, cadascú es mereix l'eventual dissort que pateixi, així com l'eventual manca d'ingressos i de recursos, ja que aquests darrers són, al capdavant, els signes visibles del grau d'èxit o fracàs personal. Intentar capgirar aquesta situació apel·lant a principis ètics, polítics o de justícia social seria un autèntic contrasentit. Quelcom que no es planteja —quelcom que queda fora no tan sols de les idees presents en aquest tipus de relat, sinó d'allò que pot ser pensat o qüestionat—; quelcom que, a tot estirar, esdevé l'escenari perquè la persona d'èxit, és a dir, la persona feliç, la persona reeixida, demostrï la seva generositat i el seu altruisme.

En definitiva, i tornant a l'objecte específic d'estudi d'aquesta recerca, els incessants fluxos de compra, venda, lloguer, accés o intercanvi de tota mena de béns, serveis i experiències constitueixen signes que, en el sistema de codificació actual, permeten als altres, i a un mateix, presentar-se com algú rellevant o, si més no, com algú que no ha fracassat. Per un motiu d'estatus i de reconeixement, però també com a manifestació externa del grau de felicitat aconseguida i, per tant, del grau en què ha aconseguit desplegar el potencial que hi ha dins seu. Un potencial que és estrictament individual però que, en un context de rols i biografies fràgils i canviants, també implica la creixent compulsió a crear i ampliar lligams socials, a teixir (suposades) comunitats que, a diferència de les d'abans, tinguin com a punt de referència el jo, els desitjos, aspiracions i temences personals. D'aquí l'èxit creixent de l'economia col·laborativa i el fet que, contràriament a les tesis de Jeremy Rifkin, sigui, avui, un catalitzador, i no pas una alternativa, del capitalisme en la seva versió neoliberal actual.

### **Aspectes i interrogants que requereixen investigacions addicionals**

En el decurs d'aquesta recerca, s'han intentat identificar i desenvolupar les claus adients per a entendre millor la relació entre la construcció de l'individu actual i la seva relació amb la realitat que l'envolta, ja sigui en termes de possessió de compartició, d'intercanvi o d'accés. Tanmateix, al llarg d'aquestes línies també s'han pogut detectar alguns interrogants, que corresponen a



determinades tensions no resoltes i que, per tant, fora aconsellable d'intentar analitzar més abastament en ulteriors recerques.

La primera d'elles, i la més important, enllaça directament amb les tesis vistes al paràgraf anterior. Si els textos d'autoajuda i superació —tant els que s'adrecen més a professionals com els que es dirigeixen al públic en general— remarquen que l'èxit és una derivada de la felicitat i que aquesta darrera rau en la trobada i el desplegament d'allò que cadascú és en essència, com es conjumina aquesta visió essencialista del jo amb la seva incessant transformació? I, sobretot, com es conjumina l'ésser amb una transformació que mai pot tenir uns objectius acotats d'antuvi, sinó que s'han d'anar modificant a cada moment? Certament, la pulsio per a esdevenir empresari de si mateix o, millor encara, en emprenedor que es concep a si mateix com el capital més valuós, que autors com Pierre Dardot i Christian Laval han analitzat abastament, ofereix bones claus interpretatives, i el mateix val a dir del tipus de literatura que hem analitzat a la darrera part d'aquesta recerca: allò que som només es manifesta a través de l'acció, del canvi, de la transformació. Més encara: *som* en la mesura —i només en la mesura— que actuem sobre nosaltres mateixos, en la mesura que hom es transforma a si mateix i, en fer-ho, actua sobre la realitat que l'envolta. Igualment podem apuntar que el marc teòric aquí emprat permet entendre com i perquè ni les accions, ni els rols, ni la construcció de la subjectivitat poden tenir, avui, un horitzó clar ni, menys encara, una aspiració de continuïtat i estabilitat. Amb tot, ni les aportacions teòriques ni els textos d'autoajuda i management aquí emprats aclareixen del tot els reptes conceptuals que suposa apostar alhora pel canvi perpetu i sense horitzó i per l'existència d'un jo autèntic però que, en romandre ocult, ha de ser descobert.

Aquest interrogant admet una segona formulació, una derivada, que arrenca del mateix tronc però que pot ser analitzat des d'un angle diferent: ¿com s'explica la tensió que es produeix entre l'hegemonia d'un marc temporal discontinu, d'un dispositiu temporal de poder en què la pressió de l'instant marca no tan sols l'esdevenir personal i col·lectiu sinó també la dissolució d'un jo narratiu, i l'apel·lació constant a dur a terme la missió, a desplegar el potencial inherent a allò que hom ja és en essència? Semblantment al cas anterior, esperem haver aportat algunes claus explicatives, però cal reconèixer que calen posteriors investigacions que abordin de manera més exhaustiva aquesta qüestió.

D'altra banda, la present recerca s'ha endinsat en com i perquè assistim a la recuperació de les comunitats (Zygmunt Bauman, 2003; Manuel Castells, 2003). Unes comunitats, tanmateix, radicalment diferents a la *Gemeinschaft* que Tönnies (1984) teoritzà. I, dins aquest marc teòric, també s'ha analitzat la sorprenent recuperació de la figura del do, que Marcel Mauss (2009) identificà i teoritzà com quelcom habitual en societats amb poca divisió del treball i que té una lògica i unes finalitats frontalment oposades a les de l'individualisme modern. En aquest sentit, i

tot i que hem albirat algunes pistes sobre la forma i la lògica a què obeeix en la seva reaparició actual, encara queden interrogants per a afrontar i respondre. Al llarg de la recerca, s'han pogut entreveure possibles respostes. En especial, dues: d'una banda, l'intercanvi, fins i tot l'obsequi, apareix com una poderosa eina al servei de la projecció de la marca personal, que serà tant més reeixida com més (aparentment) espontània i generosa sigui l'acció; d'altra banda, mostrar de manera fefaent la predisposició a crear i/o renovar relacions socials és una manera de poder adquirir reconeixement i identitat en un entorn en què els rols i les biografies personals s'han de renegociar i (re)narrar contínuament. Bo i això, la qüestió no està del tot resolta. En concret, no ha quedat prou clar com és possible compaginar el do, per més diferent de l'original teoritzat per Mauss que sigui, amb el càlcul més metòdic propi de la figura de l'emprenedor. I, també, amb un altre dels trets que configuren la subjectivitat actual: el desig de defugir les obligacions i vincles perdurables que eren inherents al do en la seva forma original.

En definitiva, i a la llum del que s'ha pogut veure al llarg d'aquesta recerca, es tracta de qüestions sobre les quals disposem ja d'algues pistes rellevants, però que caldria tractar més a fons en ulteriors recerques.

## BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- Arendt, Hannah. *La condición humana*. Barcelona: Paidós, 1998.
- Argullol, Rafael. *El héroe y el único: el espíritu trágico del Romanticismo*. Barcelona: Acantilado, 2008.
- Ariès, Philippe i Duby, George (coordinadors). *Historia de la vida privada*. Madrid: Taurus, 2005.
- Aron, Raymond. *Les etapes del pensament sociològic. Vol. II: els grans clàssics*. Barcelona: Herder, 1994.
- Baudrillard, Jean. *La Sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI, 2009.
- Bauman, Zygmunt. *Modernidad líquida*. México D.F.: FCE, 2007.
- Bauman, Zygmunt. *El arte de la vida. De la vida como obra de arte*. Barcelona: Paidós, 2009.
- Bauman, Zygmunt. *Comunidad: en busca de seguridad en un mundo hostil*. Madrid: Siglo XXI, 2003.
- Bauman, Zygmunt. *Vida de consumo*. México D.F.: FCE, 2007.
- Beck, Ulrich. *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós, 2006.
- Beck, Ulrich, Beck—Gernsheim, Elisabeth. *La individualización: el individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona: Paidós, 2016.
- Becker, Gary S (1965). "A Theory of Allocation of Time". *The economic journal*, 75, (299) : 493-517.
- Becker, Gary S. *El capital humano: un estudio teórico y empírico referido fundamentalmente a la educación*. Madrid: Alianza, 1983.
- Becker, Gary S. *Tratado sobre la familia*. Madrid: Alianza, 1987.
- Berger, Peter; Luckmann, Thomas. *La construcción social de la realidad*. Barcelona: Herder, 1996.
- Berlin, Isaiah. *Dos conceptos de libertad; El fin justifica los medios; Mi trayectoria intelectual*. Madrid: Alianza, 2014.
- Berlin, Isaiah. *Las raíces del Romanticismo*. Madrid: Taurus, 2014.
- Bihr , Alain (2007) « L'individu assujetti ». ¿Interrogations? *Revue interdisciplinaire de sciences humaines et sociales*, 5 : 9. [Consultable en línea : [http://classiques.ugac.ca/contemporains/bihr\\_alain/individu\\_assujetti/individu\\_assujetti\\_texte.html](http://classiques.ugac.ca/contemporains/bihr_alain/individu_assujetti/individu_assujetti_texte.html) [Darrera consulta: 03/09/2020].
- Boltansky, Luc; Chiapello, Ève. *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal, 2002.
- Bourdieu, Pierre. *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 2012.
- Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas: sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama, 2002.

- Brocà, Salvador de. *Les arrels romàntiques del present*. Barcelona: Edicions 62, 1997.
- Brown, Wendy. *El pueblo sin atributos: la secreta revolución del neoliberalismo*. Barcelona: Malpaso, 2016.
- Cabanas, Edgar; Illouz, Eva. *Happycracia: cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Barcelona: Paidós, 2019.
- Cabot, Mateu. *L'ànima romàntica: claus interpretatives per entendre el romanticisme*. Palma de Mallorca: Lleonard Muntaner, 2009.
- Callon, Michel y Latour, Bruno (2011). «¡No calcularás!» o cómo simetrizar el don y el capital. *Athenea Digital*, 11 (I) : 171-192. Consultable en línea: <https://atheneadigital.net/article/view/v11-n1-callon-latour> [Darrera consulta: 03/09/2020]
- Carnegie, Dale. *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*. Barcelona: Edhasa, 1992.
- Castells, Manuel. *L'era de la informació: vol 1: la societat xarxa*. Barcelona: UOC, 2003.
- Castells, Manuel. *L'era de la informació. Vol 2: la força de la identitat*. Barcelona: UOC, 2003.
- Castoriadis, Cornelius. *La institución imaginaria de la sociedad*. Buenos Aires: Tusquets, 2007.
- Chiapello, Ève. *Artiste versus manager : le management culturel face à la critique artiste*, 1998.
- Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. València: Pre-textos, 2002.
- Dewey, John. *Viejo y nuevo individualismo*. Barcelona: Paidós, 2003.
- Dumont, Louis. *Ensayos sobre el individualismo: una perspectiva antropológica sobre la ideología moderna*. Madrid: Alianza, 1987.
- Elias, Norbert. *El proceso de la civilización: investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. México D.F.: FCE, 1993.
- Elias, Norbert. *La sociedad de los individuos*. Barcelona: Península, 2000.
- Escohotado, Antonio. *Los enemigos del comercio: historia de las ideas sobre la propiedad privada*. 3 vol. Madrid: Espasa, 2008-2017.
- Fichte, Johann Gottlieb. *Discursos a la nación alemana*. Madrid: Tecnos, 1988.
- Fichte, Johann Gottlieb. *El destino del hombre*. Madrid: Espasa-Calpe, 1976.
- Fontana, Josep. *Capitalisme i democràcia: 1725-1848: com va començar aquest engany*. Barcelona: Edicions 62, 2019.
- Foucault, Michel. *El cuidado de sí*. Madrid: Siglo XXI, 2019.
- Foucault, Michel. *El nacimiento de la biopolítica: curso del Collège de France (1978—1979)*. Madrid: Akal, 2009.
- Foucault, Michel. *La voluntad de saber: historia de la sexualidad, vol. 1*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2012.
- Foucault, Michel. *Vigilar y castigar: el nacimiento de la prisión*. Madrid: Siglo XXI, 2005.

- Fraser, Nancy; Jaeggi, Rahel. *Capitalism: a conversation inn critical theory*. Cambridge: Polity Press, 2018.
- Freud, Sigmunt. *El malestar en la civilització*. Girona: Accent, 2008.
- Freud, Sigmunt. *Textos fundamentales del psicoanálisis*. Barcelona: Alltaya, 1993.
- Friedman, Milton. *Libertad de elegir*. Barcelona: FAES, 2008.
- Fusté, Roberto. *The valueholder: el fin del empleado*. Barcelona: Plataforma, 2018.
- Galbraith, John Kenneth. *Historia de la economía*. Barcelona: Ariel, 1998.
- Gergen, Kenneth J. *El yo saturado: dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós, 1992.
- Giddens, Anthony. *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza, 1999.
- Giddens, Anthony. *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península, 2000.
- Giddens, Anthony. *La tercera via: la renovació de la socialdemocràcia*. Barcelona: Edicions 62, 1999.
- Graeber, David. *En deuda: una historia alternativa de la economía*. Barcelona: Ariel, 2012.
- Habermas, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gili, 1982.
- Han, Byung—Chul. *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder, 2014.
- Harford, Tim. *The Undercover Economist*. London: Abacus, 2008.
- Harris, C. C. *Familia y sociedad industrial*. Barcelona: Península, 1986.
- Hartmut, Rosa. *Alienación y aceleración : hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía*. Móstoles, Katz, 2016.
- Harvey, David. *Breve historia del neoliberalismo*. Madrid: Akal, 2007.
- Harvey, David. *La condición de la postmodernidad: investigaciones sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu, 2012.
- Hayek, Friedric A. Von. *Camino de servidumbre*. Madrid: Alianza, 2013.
- Hayek, Friedric A. Von. *Los fundamentos de la libertad*. Madrid: Unión editorial, 1998.
- Hernando Gonzalo, Almudena. "Arqueología y Globalización. El problema de la definición del "otro" en la Postmodernidad", a: *Complutum*, 2006, Vol. 17: 221-234.
- Hernando Gonzalo, Almudena. *Arqueología de la identidad*, Madrid: Akal, 2002.
- Hernando Gonzalo, Almudena. *La fantasía de la individualidad: sobre la construcción sociohistórica del sujeto moderno*. Buenos Aires: Katz, 2012.
- Hirschman, Albert. *Las pasiones y los intereses: argumentos en favor del capitalismo previos a su triunfo*. Madrid: Capitán Swing, 2014.
- Hobbes, Thomas. *Del ciudadano; y Leviatán*. Madrid: Tecnos, 2007.
- Hobsbawm, Eric. *La era del capital: 1848-1875*. Barcelona: Crítica, 2003.

- Honneth, Axel. *La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales*. Barcelona: Crítica, 1997.
- Hume, David. *Tratado sobre la naturaleza humana : autobiografía*. Madrid: Tecnos, 2005.
- Hume, David, *Resumen del tratado de la naturaleza humana*. Barcelona: Literatura y Ciencia, 1999.
- Hunt, Lyon. *La invención de los derechos humanos*. Barcelona: Tusquets, 2009.
- Ismail, Salim; Malone, Michael S.; Van Geest, Yuri. *Organizaciones exponenciales*. Madrid: Bubok, 2016.
- Klein, Naomi. *No logo: el poder de las marcas*. Barcelona: Paidós, 2011.
- Kotler, Philip; Kartajava, Hermawan; Setiawan, Iwan. *Marketing 4.0*. Madrid: Lid, 2018.
- Lane, Jane-Erik. *New public management*. London: Routledge, 2000.
- Laval, Christian. *L'homme économique: essai sur les racines du néolibéralisme*. Paris: Gallimard, 2007.
- Laval, Christian; Dardot, Pierre. *Común: ensayo sobre la revolución en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa, 2015.
- Laval, Christian, Dardot, Pierre. *La nueva razón del mundo: ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa, 2013.
- Lessig, Lawrence. *Remix: cultura de la remezcla y derecho de autor e el entorno digital*. Barcelona: icaria, 2012.
- Levitt, Steven. *Freakonomics: A Rogue Economist Explores the Hidden Side of Everything*. London: Penguin Books, 2005.
- Lietaert, Matthieu. *Homo cooperans 2.0: por una economía colaborativa desde el cooperativismo*. Barcelona: Icaria, 2017.
- Lipovetsky, Gilles. *La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 2000.
- Lipovetsky, Gilles; Serroy, Jean. *La estetización del mundo: vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona: Anagrama, 2015.
- Lipovetsky, Gilles. *El lujo eterno: de la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona: Anagrama, 2004.
- Locke, John. *Segon tractat del govern civil*. Barcelona: Laia, 1983.
- Losurdo, Domenico. *Contrahistoria del liberalismo*. Barcelona: Ediciones de intervención cultural, 2007.
- Macpherson, C.B. *La teoría política del individualismo posesivo: de Hobbes a Locke*. Barcelona: Fontanella, 1970.
- Marcuse, Herbert. *Eros i civilització*. Barcelona: Edicions 62, 1968.
- Mauss, Marcel. *Ensayo sobre el don: forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Madrid: Akal, 2009.

- Mayos Solsona, Gonçal. *¿Cómo la globalización y el neoliberalismo nos están cambiando?* Barcelona, 2019. [Document pendent de ser publicat]
- Mayos Solsona, Gonçal. *Homo obsoletus. Precariedad y desempoderamiento en la turboglobalización.* Barcelona: Red ediciones, 2016.
- Mayos Solsona, Gonçal. "Neohumanisme de la raó de ferro. Una anàlisi macrofilosòfica". dins: José Manuel Bermudo (ed.). *Del humanismo al humanitarismo.* Barcelona: Horsori editorial, 2006. consultable en línea a: [http://www.ub.edu/histofilosofia/gmayos\\_old/racionalisme.htm](http://www.ub.edu/histofilosofia/gmayos_old/racionalisme.htm). [darrera consulta: 03/09/2020].
- Mayos Solsona, Gonçal; Muntadas, Borja; Walmott, Alexandre. *La jaula del tiempo: aspectos sociopolíticos y jurídicos de la aceleración contemporánea.* Umberlandia (Brasil): LAECC, 2020.
- Mayos Solsona, Gonçal. "Oci: una perspectiva macrofilosòfica". A: Sala, Teresa M. *Pensar i interpretar l'oci.* Barcelona: Universitat de Barcelona, 2012.
- Mayos Solsona, Gonçal. "Reflexió macrofilosòfica sobre la societat de l'oci, del consum, de l'expectacle i de coneixement". A: Sala, Teresa M. *Pensar i interpretar l'oci.* Barcelona: Universitat de Barcelona, 2012.
- Mayos Solsona, Gonçal. "Time is Money: el hombre de nuestro tiempo". Dins: Dennys Garcia Xavier (Coord.); Moacir Henrique Júnior (Org.). *A lanterna de diógenes: reflexões sobre o homem da pólis contemporânea.* Uberlandia (Minas Gerais, Brasil): LAECC, 2018. P. 403-418.
- Mejide, Risto. *Urbrands: construye tu marca personal como quien construye una ciudad.* Barcelona: Espasa, 2014.
- Mould, Oli. *Contra la creatividad: capitalismo y domesticación del talento.* Madrid: Alfabeto, 2019.
- Muntadas, Borja. *Inmediatez, capitalismo y vidas aceleradas.* Lisboa: Chiado, 2016.
- Nicoli, Massimiliano; Pastrineri, Luca. "El tránsito del empresario de sí mismo a la start—up existencial en el marco de las transformaciones de la racionalidad neoliberal". *Recerca – Revista de pensament i anàlisi*, 24, 1 (2019). P. 37-60.
- Palomino Flores, Karl Umberto. *El concepto de propiedad privada en Rousseau: tesis doctoral para optar al grado de Magister en Filosofía.* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, 2019. Disponible en línia: [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16029/PALOMINO\\_FLORES\\_KARL\\_HUMBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16029/PALOMINO_FLORES_KARL_HUMBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [darrera consulta: 03/09/2020].
- Parsons, Talcott. *Estructura y proceso en las sociedades modernas.* Madrid: Instituto de Estudios políticos, 1966.

- Polanyi, Karl. *La gran transformación: crítica del neoliberalismo económico*. Barcelona: Virus editorial, 2016.
- Renaut, Alain. *La era del individuo: contribución a una historia de la subjetividad*. Barcelona: Destino, 1993.
- Rifkin, Jeremy. *La civilización empática: la carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis*. Barcelona: Paidós, 2019.
- Rifkin, Jeremy. *La sociedad de coste marginal cero: el Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*. Barcelona: Paidós, 2014.
- Rodríguez Piñero, Royo; Hernández Bejarano, Macarena (dir.). *Economía colaborativa y trabajo en plataforma: realidades y desafíos*. Albacete: Bomarzo, 2017.
- Rousseau, Jean Jacques. *Del contracte social o principis del dret polític*. Barcelona: Ediciones 62, 1993.
- Rousseau, Jean-Jacques. *Discurso sobre el origen y fundamentos de la desigualdad entre los hombres y otros escritos*. Madrid: Tecnos, 2005.
- Rousseau, Jean—Jacques. *Emilio, o de la educación*. Madrid: Alianza, 2007.
- Rousseau, Jean—Jacques. *Les confessions*. Ginebra, 1782. Text consultable a: <http://athena.unige.ch/athena/rousseau/confessions/rousseau-confessions-00.html> [darrera consulta: 03/09/2020].
- Samsó, Raimon. *Supercoaching para cambiar tu vida*. Barcelona: Conecta, 2014.
- San Emerio Martín, Nieves. *Sobre la propiedad: el concepto de propiedad en la Edad Moderna*. Madrid: Tecnos, 2005.
- Schmitt, Carl. *El Leviatán en la doctrina del Estado de Thomas Hobbes*. México D.F.: Fontamara, 2002.
- Schumpeter, Joseph. *Capitalisme, socialisme i democràcia*. Barcelona: Edicions 62 i Diputació de Barcelona, 1989
- Sennett, Richard. *El artesano*. Barcelona: Anagrama, 2009.
- Sennett, Richard. *La cultura del nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama, 2006.
- Silverstein, Michael J.; Fiske, Neil. *La seducción del lujo. Por qué los consumidores quieren productos de nuevo lujo y cómo los crean las empresas*. Barcelona: Deusto, 2007.
- Slee, Tom. *Lo tuyo es mío: contra la economía colaborativa*. Barcelona: Taurus, 2016.
- Sloterdijk, Peter. *Has de cambiar tu vida: sobre antropotécnica* Valencia. Pre-textos, 2013.
- Smith, Adam. *Investigaciones de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Madrid: Tecnos, 2009.
- Smith, Adam. *La teoría de los sentimientos morales*. Madrid: Alianza, 1997.
- Spencer, Johnson. *¿Quién se ha llevado mi queso?* Barcelona: Urano, 2011.
- Srnicek, Nick. *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja negra, 2018.



- Srnicek, Nick; Williams, Alex. *Inventar el futuro: poscapitalismo y un mundo sin trabajo*. Barcelona: Malpaso, 2016.
- Stiegler, Bernard (2012). "From libidinal economy to the ecology of the spirit", *Parrhesia*, (12) : 9-15.
- Taylor, Charles. *Fuentes del yo: la construcción de la identidad moderna*. Barcelona: Paidós, 1996.
- Tönnies, Ferdinand. *Comunitat i associació*. Barcelona: Edicions 62, 1984.
- Valverde, Clara. *De la necropolítica neoliberal a la empatía radical: violencia discreta, cuerpos excluidos y repolitización*. Barcelona: Icaria, 2015.
- Veblen, Thorstein. *Teoría de la clase ociosa*. Madrid: Alianza, 2004.
- Von Mises, Ludwig. *La acción humana: tratado de economía*. Madrid: Unión editorial, 2015.
- Wallerstein, Immanuel. *El moderno sistema mundial*. Madrid: Siglo XXI, 2010.
- Weber, Max. *Economía y sociedad*. México D.F: FCE, 2014.
- Weber, Max. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península, 1989.