

COMUNICACIÓN Y BIOPOLÍTICA. LA RED SOCIAL COMO FORMA DE SUBJETIVACIÓN

COMMUNICATION AND BIOPOLITICS. THE SOCIAL NETWORK AS A FORM OF SUBJECTIVATION

VICENTE SERRANO

vicente.serrano@uach.cl

Universidad
Austral de Chile

Resumen: El presente trabajo analiza Facebook desde el punto de vista de sus relaciones con lo político. A partir de una interpretación del concepto de biopolítica, indaga su capacidad de producir subjetividad en términos analizados por Foucault. A la luz de ese marco la red es algo más que una herramienta que ha revolucionado la comunicación y aparece como una máquina discursiva que ejecuta y realiza el poder pastoral en el contexto del liberalismo, mediante la homogeneización de las conductas a partir de la figura del empresario de sí mismo, que es a la vez consumidor y productor. **Palabras clave:** Biopolítica; Facebook; empresario de sí mismo; liberalismo; poder pastoral; subjetividad.

Abstract: This paper examines Facebook from the point of view of its relations with the political. From an interpretation of the concept of biopolitics, investigates its capacity to produce subjectivity in terms analyzed by Foucault. In light of this framework, the network is more than just a tool that has revolutionized communication. It emerges as a discursive machine and performs pastoral power in the context of liberalism through the standardization of behaviors from the figure of entrepreneur of itself, that is both consumer and producer once.

Keywords: Biopolitics; Facebook; entrepreneur of itself; liberalism; pastoral power; subjectivity.

Referenciar como: Serrano Marín, V. (2016). Comunicación y biopolítica. La red social como forma de subjetivación. *index.comunicación*, 6(1), 149-163. Recuperado de <http://journals.sfu.ca/indexcommunication/index.php/indexcommunication/article/view/261/229>

1. Introducción

Las redes sociales se han convertido en algo más de una década en una realidad insoslayable que ha revolucionado las formas de entender las relaciones interpersonales y la comunicación. Lo que inicialmente nació como un medio de comunicación personal se ha convertido en un fenómeno que ha terminado por afectar a todas las dimensiones de las sociedades contemporáneas, alterando y modificando los modos de entender el periodismo, la comunicación política, la actividad empresarial y la publicidad. La reflexión sobre ellas se va convirtiendo en un tópico y es abundante la literatura que ofrece herramientas para su uso empresarial, o análisis de su aplicación a la confrontación política y de su impacto en la concepción que tenemos de la comunicación y del periodismo. Nacidas con apariencia de cierta inocuidad y vinculadas en sus inicios a un uso también supuestamente inocente en la esfera de la comunicación interpersonal, la velocidad de su implantación y esa aparente banalidad de su origen en un contexto de cambios tecnológicos acelerados y constantes apenas han permitido una reflexión más amplia sobre sus implicaciones con los principales tópicos que ocupan tradicionalmente a los científicos sociales.

En lo que respecta a sus relaciones con la política han adquirido una relevancia indudable en cuanto fenómeno social, especialmente a raíz del papel desempeñado en determinados movimientos como la llamada primavera árabe o el 15M, al mostrar una potencia movilizadora sin precedentes que parecía ir más allá de la comunicación interpersonal privada (Castells, 2012). Pero lo cierto es que se las sigue considerando una herramienta más, que simplemente habría modificado los hábitos que afectan y en su caso mejoran la comunicación política, siendo paradigmática a este respecto la campaña de Barack Obama en las elecciones presidenciales de 2008 (Hendrix, 2011). En cambio no es habitual que se tenga en cuenta su incidencia en los esquemas tradicionales desde los que se analizan las principales categorías de lo político en el mundo moderno, es decir, el concepto mismo del poder y de lo político o las clásicas nociones de ideología, de las que las redes, como instrumento de comunicación, serían simplemente meras portadoras. Y sorprende que sea así, toda vez que hace ya décadas que entraron en crisis esos conceptos clásicos en torno a los cuales se asienta el pensamiento político moderno, especialmente el del sujeto político (Žižek, 1999), sobre muchos de los cuales la red social opera directamente y lo hace además como expresión de una sociedad globalizada. Aunque esa crisis se inicia después del mayo del 68, acontecimientos como la caída del muro de Berlín y el final de la Guerra Fría acaban generalizándola en un contexto de expansión y triunfo del liberalismo que llevó incluso a la proclamación del fin de la historia (Fukuyama, 1992). Desde entonces y tras la pérdida de la fe en los grandes relatos, entre los cuales se encontraba el de la emancipación (Lyotard,

1987), la reflexión sobre posibles nuevos modos de abordar lo político parece haberse desentendido en parte de las nuevas tecnologías y del hecho indudable de que estas caminan de la mano de la expansión del liberalismo y en estrecha relación con él y constituyen herramientas políticas que afectan al modo de comprender los procesos de subjetivación y las consiguientes formas de dominio.

Creemos que este es el caso de las redes sociales y en particular de Facebook y que, frente a los intentos de renovar el concepto de lo político que se limitan a actualizar en versión posmoderna viejas categorías decimonónicas en torno a lo político, sólo una nueva aproximación sobre las relaciones de poder y los modos de entender el gobierno permitirá visualizar el papel que tienen en el presente. En este sentido no parece útil acudir a un nuevo concepto que bajo el término biopolítica ha ido cobrando fuerza paralelamente a la implantación masiva y triunfante del liberalismo y de la digitalización de la sociedad. Nuestra hipótesis es que ese modelo puede ayudar a una interpretación que permita detectar con más precisión la incidencia de la red social en lo político, ofreciendo un marco teórico capaz de analizar con profundidad su significado, especialmente la más exitosa de todas ellas en cuanto al número de usuarios, como es Facebook.

2. El marco biopolítico

Aunque el término biopolítica tiene una larga trayectoria, como ha mostrado con cierto detalle Roberto Esposito (2006: 23-41), es Foucault quien lo convierte en una tendencia en los debates contemporáneos acerca de la filosofía política y la modernidad misma. El propio Foucault lo va desarrollando de manera titubeante y algo confusa, y tras la publicación de sus cursos en el Collège de France de la segunda mitad de los años setenta (Foucault, 2000, 2006 y 2007), se inicia una especie de competencia por reelaborar el concepto. Agamben (1998), Esposito, Negri (2000) y Lazzarato (2007) o Virmo (2003), entre otros, han ido reformulando distintas hipótesis de lo que se entiende por biopolítica.

Nuestro objetivo no va a ser aquí detenemos en cada una de ellas, sino más bien tratar de ofrecer una reflexión general sobre el núcleo del concepto de vida que aparece encerrado en el término y deslindar lo que en nuestra opinión constituye su verdadero contenido. A partir de ahí intentaremos ofrecer una interpretación que lo vincule con la noción de biografía y el carácter discursivo de la misma, frente a otras versiones que acentúan lo estrictamente biológico. Todo ello como paso previo antes de ofrecer desde ese marco un posible análisis de las redes sociales, en particular de Facebook.

La interpretación más difundida de la biopolítica tiene que ver con la idea misma de que el poder ha invadido todas las esferas de la vida. Algo de esto puede encontrarse ya en Foucault, quien en la *Historia de la sexualidad I* afirma:

Concretamente, ese poder sobre la vida se desarrolló desde el siglo XVII en dos formas principales; no son antitéticas; más bien constituyen dos polos de desarrollo enlazados por todo un haz intermedio de relaciones... Las disciplinas del cuerpo y las regulaciones de la población constituyen los dos polos alrededor de los cuales se desarrolló la organización del poder sobre la vida. El establecimiento, durante la edad clásica, de esa gran tecnología de doble faz –anatómica y biológica, individualizante y especificante, vuelta hacia las realizaciones del cuerpo y atenta a los procesos de la vida– caracteriza un poder cuya más alta función no es ya matar sino invadir la vida enteramente (Foucault, 1977: 168-169).

Giorgio Agamben en *Homo Sacer* difundió con éxito la distinción entre *zoe* y *bíos* y señaló que la biopolítica reducía a lo humano a la condición de *zoe* y abandonaba la de *bíos*, es decir, convertía al sometido por el poder en lo que llama *nuda vida* (Agamben, 1998:18-23). Por su parte Esposito parte de considerar que la idea de biopolítica es incompleta y contradictoria en Foucault y propone completarla con lo que llama el paradigma de la inmunidad (2006: 73). Como se puede apreciar en los tres casos mencionados, incluido Foucault mismo en el texto citado, la idea de vida que se contiene en la palabra está muy vinculada a las dimensiones biológicas, a esa condición de especie o incluso a la posibilidad misma de la destrucción de la especie.

Nuestra propuesta es que ese concepto de vida resulta insuficiente, sin ser del todo irrelevante, y que es necesario completarlo precisamente con una mirada hacia el contexto y a la tradición en los que la vida aparece como noción filosófica en el mundo moderno, algo que ocurre por primera vez en el entorno ilustrado alemán, o más bien en el contexto anitilustrado e idealista y se desarrolla a partir de ahí para culminar a comienzos del siglo XX, tras un considerable recorrido que no podemos ofrecer aquí¹, en obras y planteamientos como los Dilthey y Ortega (Ortega, 1964). Esa tradición, de enorme incidencia en las ciencias sociales del siglo XX, hunde sus raíces en el tercio final del siglo XVIII alemán, y en ella la vida reaparece ahora como el resultado de una construcción simbólica

[01] Los antecedentes pueden rastrearse en una línea que debería incluir a autores como F. H. Jacobi y su defensa de la vida individual frente a las abstracciones de la ciencia, a la *Naturphilosophie* de Schelling y sus conexiones con la tercera *Crítica* kantiana y el clima romántico, a Kierkegaard o Schopenhauer y, en todo caso, a Nietzsche. Del peculiar y complejo cruce entre esa tradición, la fenomenología y algunos de los problemas metodológicos de las ciencias sociales, surgen las filosofías vitalistas de principios del siglo XX en las que además de los mencionados Dilthey y Ortega cabe incluir a autores como Bergson o Simmel. En todo caso está por hacer una genealogía detallada de la reaparición del concepto de vida en autores postestructuralistas como Deleuze y Foucault y en la cual uno de los eslabones es sin duda Nietzsche, pero no el único.

y discursiva dotada de unidad a partir de las vivencias y la reflexión. Ese es el significado de la reelaboración que realiza Dilthey mediante su idea de la vida, en la que es capaz de aunar la tradición romántica con la posibilidad de pensar la libertad en la que había surgido la idea de la vida. A partir de aquí la vida finalmente se constituye como un objeto filosófico de primer orden, pero que no es considerado ya como una mera realidad biológica, sino que en último término posee una condición discursiva.

La hipótesis que quisiéramos plantear al respecto de la biopolítica pretende mostrar que el concepto de vida contenido en ella no puede ser ajeno a esa filiación filosófica, no puede ser el concepto plano de las ciencias biológicas, en el fondo demasiado mecánicas y mecanicistas a pesar de todo, si pensamos que el gran avance de la biología en los últimos décadas tiene que ver con el hecho de que la vida se ha convertido en mera información y se ha despojado por tanto de las dimensiones discursivas que afectan a la identidad y a la construcción de la misma mediante estructuras narrativas. O dicho de otro modo, lo que está en juego en la idea de lo biopolítico es ese concepto de vida y no la mera desnudez de lo biológico, una simple construcción más de la representación, de lo que Husserl había llamado la *actitud natural*. A este respecto parece ineludible recordar que Foucault dedicó la mayor parte de su trayectoria a deconstruir el entramado de las ciencias sociales, es decir, de aquellas que se ocupan de la vida y de las dimensiones de lo que Dilthey llamo *ciencias del espíritu* (Dilthey, 1981), pero Foucault las criticó precisamente por su pretensión de cientificidad bajo el prisma de las ciencias de la naturaleza y tratando de imitarlas y de aproximarse a ellas.

En Foucault, como antes en su maestro Nietzsche, no hay nada que quede ajeno al lenguaje. Pero por lo mismo el concepto de vida que se inscribe en el interior del término biopolítica tampoco puede ser ajeno a esa dimensión. La vida de la biopolítica es la vida atravesada por el discurso, la vida construida, la vida pensada en un determinado orden simbólico. Cuando el término es desarrollado con claridad por primera vez lo es en una obra donde esa dimensión no puede ser más explícita. En efecto, en el volumen primero de la *Historia de la sexualidad*, la sexualidad es el objetivo privilegiado precisamente porque es la fuente de la vida en sentido biológico, pero en el tratamiento que Foucault hace de ella no le interesa tanto considerada desde esa perspectiva, sino sobre todo entendida como discurso. La *Historia de la sexualidad* es la historia del discurso en torno a la misma o más bien la historia mediante la cual el discurso de la sexualidad se constituye a sí mismo en la modernidad y lo hace en términos de proliferación para instalar un orden discursivo que llama biopolítico.

3. Producción de subjetividad y el poder pastoral

Ahora bien, conviene recordar igualmente que cuando Foucault emprende el proyecto de la *Historia de la sexualidad* lo hace con el objetivo de indagar históricamente cómo se ha ido constituyendo la subjetividad y en qué medida desde ese aprendizaje de la historia caben obtener lecciones para el presente, para comprender un determinado orden discursivo, precisamente ése que va a llamar biopolítica. Su idea de la subjetividad no es ya la de raíz cartesiana, el sujeto moderno por antonomasia, sino la alternativa que desde una perspectiva ilustrada le permita reconstruir formas de resistencia. Cuando poco antes de su muerte en 1984, una vez publicados los dos volúmenes últimos de la *Historia de la sexualidad*, regrese a la idea de la Ilustración ésta reaparece allí configurada como una actitud, recuperando la definición kantiana de Ilustración (Foucault, 1984). Pero esa actitud, ya al borde de cerrar el siglo XX y dos siglos después de Kant, en opinión de Foucault ha de ser completada mediante una extraña perspectiva, que nos sitúa en el ámbito de la estética y se explica a partir de Baudelaire. En efecto, en ese texto Foucault nos invita a completar el concepto de Ilustración, entendida como actitud ética de la modernidad, mediante una aproximación a Baudelaire. ¿Qué significado puede dársele a esa extraña mezcla de elementos? Baudelaire no es sólo el padre de la poesía moderna o un importante inspirador del pensamiento de Nietzsche, sino también uno de los grandes teóricos de la teoría del *dandy* en un contexto en el que el joven Rimbaud señalará en breve la necesidad de cambiar la vida con la poesía. La definición del *dandy* y la reflexión de Baudelaire sobre lo moderno apuntan hacia la idea de la construcción de la subjetividad, a la “composición” de uno mismo como obra de arte acerca de la propia vida y de aquello que hacemos con nosotros. Es en este sentido de la idea de vida donde el concepto de biopolítica aparece inseparable de la biografía, como esa conciencia reflexiva sobre uno mismo en el que hay una cierta ascética y estética, pero también una ética de la existencia de la que habla Foucault.

Planteada esa idea, hay que recordar que Foucault no realizó del todo su proyecto de esa ética y estética de la existencia. Indagó en las formas históricas del pasado, y desplegó una descripción muy orientadora acerca del modo en que el poder se construye para gobernar la vida y lo hizo precisamente a partir del término de biopolítica cuyos fundamentos encontró en el liberalismo. Sin embargo ese liberalismo del que nos habla está lejos de ser simplemente una ideología más en disputa con otras, o una doctrina económica, que ciertamente lo es, sino que aparece más bien, en el contexto complejo de lo que llama biopolítica, como la prolongación contemporánea del viejo poder pastoral antiguo y sobre todo cristiano. Donde mejor resumió lo que se entiende por poder pastoral fue en una conferencia que lleva el ilustrativo título *Omnes et singulatim* (Foucault, 1990:

95-140). La idea del poder pastoral que trata de seguir hasta su reconfiguración moderna en términos de liberalismo está contenida en la metáfora del pastor que lo es del rebaño como totalidad, pero también de la oveja individual que forma parte del mismo. Esa condición doble no es cualquier condición. Incide en un tipo de mecanismo, dispositivo o discurso, que ha de tener la capacidad de abarcar un conjunto y de acompañar a la vez a cada uno.

Pero el liberalismo no es propiamente hablando una religión y tampoco exactamente únicamente una ideología. De hecho se ha presentado como el fin de las ideologías, lo cual no deja de ser sintomático, teniendo en cuenta que estas a su vez se presentan como herederas de una religión supuestamente superada. ¿En qué sentido se revela entonces el liberalismo analizado por Foucault como una forma de poder pastoral? O por decirlo de otra manera: ¿en qué sentido el poder pastoral, en cuanto forma de ejercerse el poder sobre el *todos* y el *cada uno*, puede presentarse en forma de liberalismo? Explicar esto exige explicar a su vez de qué modo el discurso contenido en el liberalismo puede entenderse como forma de gobierno capaz de atender a esa doble dimensión del *todos* y del *cada uno*.

Por lo que hace referencia al *todos* es necesario recordar el sentido que Foucault le da a la palabra población, una noción clave de la biopolítica que desarrolla sobre todo en *Seguridad, territorio y población* (2006). Se trata de un término que contrapone al de pueblo como núcleo del análisis de lo político, y en el que los integrantes de la misma comparten una característica que permite uniformarlos y construir una totalidad susceptible de ser tratada científicamente del modo como se tratan los fenómenos físicos. Esa característica uniformadora es el deseo. Mediante la unificación en torno al mismo es posible construir una ciencia de gobierno en la que la política ya no consiste como en Maquiavelo en la ciencia para mantenerse en el poder por parte del gobernante, sino en la ciencia para satisfacer el deseo de la población. A eso Foucault lo llamo naturalización, un proceso mediante el cual es posible gobernar ese conjunto a partir de un patrón común y colectivo sobre el que operar mediante la cuantificación y la estadística, como en el ámbito de las demás ciencias, lo que en las ciencias sociales, y en particular en la economía, exige un artificio teórico que pueda agregar preferencias y cuyo núcleo es la noción de deseo que reúne esa pluralidad a partir de ese elemento común: el *homo economicus* (Foucault, 2006: 81, 96-97). La tarea de establecer las reglas para atender el conjunto pasa, pues, por operar con las abstracciones con que opera el liberalismo y cuyas premisas se pueden encontrar en *El nacimiento de la biopolítica*, donde Foucault explica el nacimiento del liberalismo y su capacidad de actuar como una ciencia de gobierno sobre esa totalidad de individuos naturalizada (2007).

4. La revolución digital y el discurso del liberalismo

Pero es necesario a su vez explicar la otra parte de ese *todos y cada uno*, es decir, es necesario completar la explicación del modo en que la ciencia de gobierno, que incide sobre esa totalidad cuantificable, puede operar simultáneamente sobre *cada uno*, es decir, cómo el liberalismo puede individualizar y estructurar las identidades individuales. El análisis crítico tradicional se ha solido centrar en los modos mediante los que el deseo es el destinatario de los medios publicitarios en el marco del liberalismo capitalista, pero rara vez ha acudido a la premisa misma que afecta a la identidad de los individuos. Ese análisis tradicional suponía la existencia de un sustrato sobre el que recaía la publicidad o incluso la ideología entendida como aparato discursivo. Foucault ha luchado teóricamente contra lo que consideraba la incapacidad de la noción de ideología para hacer visibles determinados mecanismos del poder. De hecho su indagación sobre el poder pastoral surge precisamente en el contexto de sus estudios de las prácticas y discursos sobre la constitución de la subjetividad que inicia con la *Historia de la sexualidad*. El poder pastoral emerge desde ahí como un modelo de subjetivación que hunde sus raíces en la cultura antigua y se desarrolla sobre todo en el seno del cristianismo y que Foucault (1977: 27-30; y 2006: 412) trata de prolongar de manera tentativa hasta el psicoanálisis.

Se trata del mismo ámbito de problemas en que se habían desarrollado los análisis en torno a la sociedad de consumo de masas y a la publicidad en los años en que Foucault desplegaba su obra. Previamente el concepto de industrias culturales, acuñado por Adorno y Horkheimer en la *Dialéctica de la Ilustración* (1998), había sido una prolongación de los análisis marxistas respecto de la alienación del obrero, pero trasladada al universo de la cultura y al conjunto de la población en la época de los medios de masas. Esa crítica se hacía eco del incesante aparato de seducción y propaganda que siguió a la Segunda Revolución Industrial. Posteriormente, especialmente a partir de la década de los años sesenta del pasado siglo, la cuestión de la llamada sociedad de consumo se convirtió en uno de los focos temáticos de esa tradición crítica. En ese contexto es en el que en el año 1967 Guy Debord publicó *La sociedad del espectáculo* (1995), un texto en el que profundizaba hasta generalizar de forma sistemática esa tendencia denunciada por Adorno. En ambos casos, y en el de otros críticos de los medios de masas y de la sociedad de consumo, se partía de la existencia de una supuesta identidad previa, de una supuesta subjetividad original, como destinataria de esos procesos de alienación mediante distintos mecanismos que se sacaban a la luz críticamente.

Es obvio que el concepto de poder pastoral foucaultiano se encuentra muy próximo a ese tipo de análisis. Sin embargo es fruto de toda una trayectoria anterior de Foucault en la que éste había cuestionado, desde la crítica a las ciencias

sociales, la existencia de esa supuesta identidad previa. En sintonía con otros discursos postestructuralistas de los años sesenta, su indagación sobre las relaciones entre el poder y el discurso cuestionaba incluso la idea misma de alienación y prefería hablar de procesos de subjetivación, es decir, de procesos discursivos donde se va construyendo la subjetividad de los individuos. Fue en ese contexto en el que surgió la noción de biopolítica, tal como señalamos al referirnos a la *Historia de la sexualidad I*, obra que era ya en realidad una aproximación histórica a determinados procesos de subjetivación mediante el discurso sexual.

En la década de los ochenta del pasado siglo no existía un lugar o un discurso que de manera sistemática incidiera sobre la biografía y en el orden interior de los sujetos de modo análogo a como la religión lo había hecho durante los siglos premodernos, en los que una sola creencia dominaba las conciencias. La radio y la televisión habían sido un avance considerable al trasladar un discurso común a cada uno de los hogares, pero seguían siendo externos a los sujetos y analizados habitualmente según el esquema de la alienación. En esos años empezaba a expandirse ya el uso de los ordenadores personales y el mismo Foucault había vislumbrado que ese tipo de control se potenciaría mediante esos aparatos, pero no pudo adivinar lo que sería Internet ni por supuesto tuvo aún conocimiento de las redes sociales, que como en el caso de Facebook inciden de un modo directo sobre la identidad y sobre la afectividad, es decir, sobre lo que había sido el núcleo de las religiones desde las que él reconstruye la idea de poder pastoral. Lo cierto es que una vez consolidada la revolución digital es posible constatar que lejos de ser ese aparentemente banal medio de comunicación que todos conocemos, Facebook, como máxima expresión de las redes sociales, y estas a su vez de la digitalización de la sociedad y las comunicaciones, parece una realización histórica en la que las aparentemente sofisticadas reflexiones foucaultianas sobre la vida y las no menos elevadas elaboraciones que sobre ella han hecho los filósofos modernos cobran una nueva luz capaz de iluminar un modo de dominio al que nos dirigimos tras la época de las religiones y de las ideologías, un dispositivo que expresa el modelo de dominio biopolítico mejor que el campo de concentración propuesto por Agamben.

5. La máquina discursiva y el empresario de sí mismo

A este respecto es preciso recordar que el universo digital en el que vivimos coincide históricamente –y no por casualidad– con la generalización del liberalismo a partir de lo que se conoce como neoliberalismo, cuyas primeras expresiones históricas se dan en los años en los que Foucault elabora el discurso en torno a la biopolítica que aquí nos ocupa. Hoy sabemos que el ya en parte lejano término globalización anunciaba la expansión de ese neoliberalismo y lo hacía de la

mano de la tecnología digital. Pero esta tecnología tiene una característica que la hace especialmente apta para encarnar las características que Foucault analiza como el *cada uno* en términos del poder pastoral. Se trata de una extraña y nueva fusión entre las máquinas y lo discursivo y que expresa de manera precisa esa mezcla de instituciones, prácticas y discursos a los que Foucault llamó dispositivos (Agamben, 2015).

De hecho se trata de máquinas discursivas que tienen la capacidad de incidir sobre millones de individuos y a la vez poseen esa dimensión individualizadora que Foucault otorga al poder pastoral. En esta tradición que podríamos llamar prefoucaultiana, el discurso preexistía al medio y el medio era ajeno al contenido aunque ciertamente el medio lo modifica. Ese era el sentido del ya clásico aforismo de McLuhan con arreglo al cual el medio es el mensaje. Pero en los medios analógicos esa afirmación tenía todavía un carácter metafórico (Strate, 2012: 62). En los medios digitales podríamos decir que ese aforismo de McLuhan deja de ser metáfora y se da en su literalidad. En la red social la discursividad es de hecho su rasgo más sobresaliente. Aunque en ella el usuario aporta un contenido, éste se inserta en un discurso previamente trazado a partir de la estructura diseñada por la red, en una composición en la que el usuario interactúa mediante sus vivencias individuales, sus reflexiones y sus imágenes.

La interacción reiterada con la máquina discursiva hace que ésta le entregue al usuario una identidad objetivada de la que aparentemente es dueño, pero que en realidad le es ajena. Es una conversación permanente en la que la máquina que recibe la información ocupa una posición análoga a la del confesor o a la del psicoanalista, cuyas relaciones había señalado Foucault al hablar del poder pastoral. En uno y otro caso, como en la red social, el usuario vuelca su afectividad hacia un interlocutor que la recibe y la devuelve a su vez inserta en un discurso previo. En el caso de la confesión mediante un sistema moral de prohibiciones y castigos que regulan la propia vida y en particular el deseo del sujeto a partir de un patrón común a todos los fieles y creyentes. En el caso del psicoanálisis a partir de un sistema discursivo mucho más sofisticado y desde premisas en principio opuestas al universo moral católico, pero que inciden igualmente sobre la vida del sujeto y se estructuran en torno a la noción sobre la que pivota el psicoanálisis como es el deseo.

Bajo la idea de que se trata de un instrumento de comunicación el dispositivo indaga sobre los pensamientos y afectos del usuario en el sentido más amplio que quepa pensar. Por su parte el usuario, a la vez que interactúa supuestamente con otros usuarios llamados *amigos*, vuelca sobre el discurso los acontecimientos de su vida. La red ocupa el espacio de una especie de psicoanalista o de un confesor automatizados incidiendo sobre el mismo espacio en el que se arti-

cula la vida moral, en el espacio de la afectividad. Pero obviamente el discurso implícito en la máquina no es la sofisticada red de estrategias del psicoanálisis ni el sistema de prohibiciones que conduce la vida en la religión católica. Se parece más a la estructura de una cuenta corriente y no es casual que lleve el nombre de una cuenta. La interacción con la máquina se constituye a partir de un primer depósito que en el caso de la cuenta de Facebook, a diferencia de lo que ocurre con la cuenta bancaria, consiste en una información inicial que da lugar al embrión de lo que luego será la biografía, es decir, se articula en torno a la identidad que se va a construir desde ese momento y que va a ir creciendo mediante múltiples informaciones e interacciones que se despliegan acumulativamente. Dicho de otro modo, la vida afectiva adopta el mecanismo de una relación dineraria y en ese sentido se puede afirmar que el nuevo dispositivo que ocupa el lugar del confesor y del psicoanalista se parece mucho más a un banco. Se trata de un servicio en el que el usuario aporta esa información a cambio de obtener una satisfacción comunicativa, que además va asociada a otras satisfacciones complementarias.

La mayor parte del curso de Foucault dedicado a lo que llama *El Nacimiento de la biopolítica* es un análisis de la noción de liberalismo entendido como ciencia de veridicción y por tanto afecta principalmente a *todos* del poder pastoral y no tanto, al menos directamente, a *cada uno*. Sin embargo, ya al final del curso, en la sesión de 14 de marzo de 1979, acaba por analizar la teoría del capital humano y en ese contexto apunta a algunos rasgos del tipo de individuación propio del neoliberalismo. Es ahí donde aparece la figura del empresario de sí mismo. A partir de un análisis de la obra de Gary Becker, uno de los padres del concepto de capital humano, afirma:

El hombre del consumo no es uno de los términos del intercambio. En la medida en que consume, el hombre del consumo es un productor. ¿Y qué produce? Pues bien, produce simplemente su propia satisfacción. Y el consumo debe considerarse como una actividad de empresa por la cual el individuo, precisamente sobre la base de un capital determinado del que dispone, producirá algo que va a ser su propia satisfacción (Foucault, 2007: 265).

Se trata de una afirmación que Foucault no desarrolla demasiado. Cuando afirma esto a finales de los años setenta lo hace refiriéndose mucho más al consumo y a la idea de que el consumidor es a la vez productor. Por entonces esa idea de un consumidor productor no dejaba de tener cierto carácter metafórico, como ocurría con la frase de McLuhan respecto del medio y el mensaje, o bien exigía demasiadas mediaciones para hacerse real. Ni siquiera los neoliberales

como Gary Becker podían vislumbrar la emergencia de la nueva economía basada en la tecnología digital, una de cuyas características ha sido considerada como una revolución en términos de lo que Rifkin (2014) llama el coste marginal cero y que supondrá el eclipse del capitalismo.

Aunque en el análisis de la noción de coste marginal de Rifkin no se agota en las redes sociales, lo cierto es que el propio Rifkin menciona las redes sociales como ejemplo más de ese tipo de economía. En un artículo de *El País* afirmaba en 2014:

El fenómeno del coste marginal casi nulo ha causado estragos en los sectores dedicados a los bienes de información, porque millones de consumidores se han convertido en prosumidores y han empezado a producir y compartir su propia música mediante servicios para intercambiar archivos, sus propios vídeos en YouTube, su propio saber en Wikipedia, sus propias noticias en redes sociales².

La expresión prosumidores aparece envuelta en la idea misma del eclipse del capitalismo y lo hace de forma declaradamente esperanzadora, pero lo cierto es que, al menos en lo que afecta a las redes sociales, posee otra cara mucho más neoliberal. En realidad describe exactamente lo mismo que el concepto de empresario de sí elaborado por Foucault a partir de la teorización de un autor neoliberal como Gary Becker: la del consumidor productor. En el caso de Facebook esa condición de prosumidor va acompañada además del rasgo mediante el que Foucault adjetivaba al empresario de sí mismo: la propia satisfacción. Pero esa satisfacción posee dos dimensiones. La primera muy evidente y notable es la de recibir un servicio y además recibirlo gratis. Esta satisfacción genérica incide sobre el ámbito de la comunicación personal y es la cara visible que hemos obtenido de los primeros años de funcionamiento de Facebook y la que le ha dado su extraordinario desarrollo. Pero junto a esta satisfacción genérica e inicial el propio desenvolvimiento de la red ha generado un nuevo tipo de satisfacción que se ha revelado como uno de los elementos que la distinguen de cualquier otra red y que es la que ha permitido un cruce entre lo personal y la publicidad que le ha dado su actual potencia.

6. A modo de conclusión: el liberalismo interiorizado

En efecto, en el caso de Facebook, la satisfacción va mucho más allá de un extraordinario y poderoso servicio de comunicación que ha roto barreras de espa-

[02] En: http://cultura.elpais.com/cultura/2014/09/05/actualidad/1409938985_426506.html

cio y tiempo para incidir en un aspecto inseparable de la subjetivación como es la identidad. La máquina discursiva produce identidad a partir de su propia estructura. Ninguna otra red posee ese elemento ni se articula en torno a la biografía, que como es sabido es una noción que acompaña al usuario desde que abre su cuenta, ese diseño sobre el que el usuario vuelca los acontecimientos de su vida y que le ofrece una identidad objetivada. El usuario aporta la materia, pero el orden y la forma en la que lo recibe le es impuesto y es además común a los 1.600.000 millones de usuarios, cualquiera que sea su procedencia, su característica personal, su género, su etnia, su creencia o su ideología. La aparente libertad se convierte de pronto de manera inadvertida en una producción seriada sin precedentes en la historia y que afecta a lo más íntimo a la identidad personal.

Y lo que es más importante, regresando ahora a esa expresión del capitalismo y de la subjetividad que Foucault llamó empresario de sí mismo: esa composición en la que se integran los acontecimientos está dominada por el mismo principio que domina la publicidad. Cualquier análisis que quepa hacer del papel destacado y de las polémicas en torno al *Me gusta* exige situarlo en el contexto publicitario. La importancia y el valor que esa expresión ha cobrado en el dispositivo sólo se explican desde ahí. Y por lo mismo sólo desde la irrupción del *Me gusta* y su juego se puede comprender la penetración de Facebook desde lo personal en los intereses profesionales, mercantiles y empresariales. Pero esa transición entre lo personal y lo mercantil es de doble dirección. La estructura del *Me gusta*, síntoma y expresión de la gran máquina publicitaria del capitalismo globalizado, regresa a lo personal para instalar en el interior de cada uno una individuación en la que tendencialmente el empresario de sí mismo lo es no sólo ya en el sentido de un consumidor productor, sino también en el de la gestión de esa identidad como lo haría cualquier empresario en busca de adhesiones a su producto. Sólo que ahora el producto es la propia biografía.

Hoy sabemos que la red social es de hecho ya una de las principales herramientas publicitarias de nuestro mundo. También sabemos que la condición que define la publicidad es la promoción de un producto. Esto en una empresa forma parte de la lógica de la misma, pero no necesariamente en los ámbitos de la comunicación personal. Sin embargo esa doble dimensión, inseparable de la doble condición de consumidor y productor, determina lo que con el tiempo se han revelado como los dos rasgos más característicos de Facebook: la constante producción de identidad mediante la biografía y la tendencia a la acumulación de adhesiones mediante el *Me gusta*. La estructura de ese discurso, extraordinariamente apta para la publicidad, se traslada ahora a la herramienta de comunicación y al depósito de afectos que es Facebook y al hacerlo convierte al prosumidor no sólo en el sujeto que busca satisfacción, sino también literalmente en

un empresario de su propia identidad, sometiendo a cada uno a la misma tensión hacia al crecimiento que caracteriza a la totalidad de los procesos capitalistas. De este modo el usuario, al ejercer su libertad y al convertirse inevitablemente en empresario de sí mismo, es subjetivado y lo es a partir de una estructura que constituye el correlato necesario de esa forma de gobierno que Foucault llama biopolítica y cuyo nacimiento indaga en el seno del liberalismo.

Nuestra hipótesis es que esa es la estructura profunda que permanece en lo oculto y que sigue operando incluso cuando aparentemente los sujetos articulan a través de ella sus diferencias políticas con arreglo a viejas categorías y al viejo esquema de lo político y de las ideologías, lo que bien podemos llamar la estructura superficial de la política. De ser esto cierto, entonces la herramienta de comunicación y la aparente libertad que nos ofrece se desvela así, al someterse el marco de análisis biopolítico, como algo más que un simple y neutro instrumento de comunicación política, para aparecer como una nueva expresión de lo que Foucault (1977: 194) llama la ironía del dispositivo: “nos hace creer que en él reside nuestra liberación”.

7. Referencias bibliográficas

- ▶ AGAMBEN, G. (1998): *Homo Sacer. Poder soberano y nuda vida*. Valencia: Pretextos.
- ▶ AGAMBEN, G. (2015): *Qué es un dispositivo*. Barcelona: Anagrama.
- ▶ ADORNO, Th. y HORKHEIMER, M. (1998): *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- ▶ CASTELLS, M. (2012): *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza.
- ▶ DEBORD, G. (1995): *La sociedad del espectáculo*. Santiago de Chile: Ediciones naufragio.
- ▶ DILTHEY, W. (1981): *Introducción a las ciencias del espíritu*. Madrid: Alianza.
- ▶ ESPOSITO, R. (2006): *Bios. Biopolítica y filosofía*. Buenos Aires: Amorrortu.
- ▶ FOUCAULT, M. (1977): *Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber*. Madrid: Siglo XXI.
- ▶ FOUCAULT, M. (1990): *Tecnologías del Yo*. Barcelona: Paidós.
- ▶ FOUCAULT, M. (1993): ‘¿Qué es Ilustración?’, en *Daimon*, nº 7, pp. 5-18.
- ▶ FOUCAULT, M. (1994): *La hermenéutica del sujeto*. Madrid: La Piqueta.
- ▶ FOUCAULT, M. (1999): *Ética, estética y hermenéutica*. Barcelona: Paidós.
- ▶ FOUCAULT, M. (2000): *Defender las sociedad*. Buenos Aires: FCE.
- ▶ FOUCAULT, M. (2006): *Seguridad, Territorio, Población*. Buenos Aires: FCE.
- ▶ FOUCAULT, M. (2007): *El nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires: FCE.
- ▶ FUKUYAMA, F. (1992): *El fin de la historia y el último hombre*. Barcelona: Planeta.

- ▶ HARDT, M. y NEGRI, A. (2000): *Imperio*. Barcelona: Paidós.
- ▶ HENDRIX, J. A. (2011): *Techno Politics in Presidential Campaigning: New Voices, New Technologies, and New Voters*. New York: Routledge.
- ▶ LAZZARATO, M. (2007): *Biopolítica. Estrategias de gestión y agenciamientos de creación*. Bogotá: Ediciones “sé cauto”.
- ▶ LYOTARD, J. F. (1988): *La condición posmoderna. Un informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra.
- ▶ ORTEGA Y GASSET, J. (1964): ‘Guillermo Dilthey y la idea de la vida’, en *Obras completas*, VI, pp. 165-214. Madrid: Revista de Occidente.
- ▶ RIFKIN, J. (2014): *La sociedad de coste marginal cero: el Internet de las cosas, los bienes comunes y el eclipse del capitalismo*. Barcelona: Paidós.
- ▶ STRATE, L. (2012): ‘El medio y el mensaje de McLuhan’, en *Infoamérica*, n° 7-8, pp. 61-80.
- ▶ VIRNO, P. (2003): *Gramática de la multitud: para un análisis de las formas de vida contemporánea*. Madrid: Traficante de sueños.
- ▶ ŽIŽEK, S. (1999): *El espinoso sujeto: el centro ausente de la ontología política*. Barcelona: Paidós.