

Lucía Wegelin

Becaria posdoctoral, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires, CONICET.

luciawegelin@gmail.com

Para una crítica adorniana del anti-solidarismo

I.

Justo en el momento en el que las contradicciones se profundizan la contradicción parece haber pasado de moda. Las lecturas schmittianas del kirchnerismo como una política de la enemistad fueron respondidas por una retórica del equipo, del “vamos juntos” que también pretende diferenciarse de una política dependiente de grandes liderazgos. El equipo entonces no es sólo un modo privilegiado de trabajo en la gestión pública sino un prisma desde el que puede observarse el modo en el que el PROyecto del gobierno argentino entiende a lo colectivo mientras busca movilizarlo.

La política contemporánea se sabe cada vez más dependiente de la capacidad de articularse con sueños colectivos y así movilizar afectos. Es evidente que la mayor o menor capacidad de producir esa movilización no permite distinguir entre sus sentidos. Incluso, sabemos que la movilización de sueños no es una capacidad restringida a los regímenes democráticos; aun más, ni siquiera está reservada al ámbito de la política sino que ésta aprende cotidianamente de la publicidad que posee el “saber experto” sobre los métodos de producción de sueños y movilización de deseos.

Esto no significa que el marketing haya dominado por completo también el ámbito de la política. Sería como decir que los sueños ya no son sueños porque la publicidad trabaja sobre ellos. Los afectos, los sueños, los imaginarios, la sensibilidad, son nombres de un terreno sobre el que opera la política con vistas a lograr una movilización subjetiva exitosa; en todo caso, el marketing político ofrece un conjunto de herramientas (que no son neutrales, como ningún modo de la técnica) para producir esa operación. Por eso, la crítica no puede satisfacerse con presentar a los globos o a la idea de “equipo” como productos de las industrias de lo sensible que operan sobre el mercado de las imágenes. Es necesario

intervenir sobre esas imágenes-mercancía que se presentan como continuidades sin tensiones, inmediatas, pragmáticas y en –sólo– ese sentido pos-ideológicas.

La idea de “equipo” pretende proyectar la imagen de un colectivo que movilice afectivamente a los des-ideologizados, a esos individuos que no se sienten afectados por los valores clásicos de la política argentina como la justicia social o el institucionalismo republicano. Esa fantasmagoría no sólo se enlaza con el antipersonalismo y el anticonflictivismo (nudos ideológicos de la militancia antikirchnerista) sino que intenta componer positivamente una imagen del todo social. Porque el equipo no implica solamente la actualización de la tecnocracia neoliberal que piensa a la gestión pública como un problema de administración eficiente en manos de técnicos especialistas; ni siquiera de una tecnocracia estatal renovada por la ideología del *management* empresarial. El equipo es una imagen de la sociedad como un todo armónico y proactivo; como decía Macri en la entrevista que le hizo Fontevecchia en ocasión de los 100 días de gobierno: “Un equipo que no solo son los que gobiernan sino los 40 millones de argentinos que saben que hemos tomado la decisión que esta vez vamos a salir adelante y ser uno de los jugadores importantes del mundo”.

El colectivo “equipo” no constituye un todo homogéneo, es decir, no se construye sobre la idea de igualdad sino sobre la de diferencia funcional. Las partes de un equipo cumplen funciones distintas pero entre todas armonizan, logrando ir hacia adelante como un todo compacto. Se trata entonces de una imagen que pretende resolver al conflicto que atraviesa a todo el conocimiento sociológico: la tensión entre individuo y sociedad que Durkheim pensaba según el modelo de la solidaridad orgánica en la sociedad moderna atravesada por la especialización que resulta de la división del trabajo. Pero ya Simmel sugería que esa solidaridad sólo podía funcionar felizmente, superando la contraposición irreductible entre dos instancias que pretenden configurarse como totalidades, gracias a que los individuos hacen *como si* el desarrollo de lo más personal fuera exactamente aquello que la sociedad necesita de ellos para realizarse como un todo. La idea de equipo moviliza entonces ese *como si* pero como certeza que, en tanto tal, anula la tensión irreductible en favor de un todo que actúa, entra en la competencia. De esa manera, se configura la imagen de un colectivo que no es histórico, sino pragmático, funcional, que pretende resolver a

través de la distribución eficiente de funciones diferenciales lo que la historia no deja de mostrar como conflictivo.

En esa certeza de solidaridad radica el optimismo contagioso de la idea de equipo. ¿Pero cómo es ese lazo que el equipo afirma de manera optimista? O mejor, ¿a quién le asegura esa solidaridad? Así, intentamos pensar de qué manera la idea de equipo logra afectar subjetividades que no eran movilizadas por otros sueños de un colectivo y, en ese sentido, parecían estar atrofiadas para la política.

II.

En el mundo actual nadie te ayuda en nada, para crecer y ascender en el trabajo sólo podés contar con tu esfuerzo personal

Así versa uno de los enunciados de la encuesta “Problemas de la democracia en Argentina” (CONICET/ANPCyT) realizada en 2013 en la Ciudad de Buenos Aires¹ (donde sabemos que el PRO cosecha su mayor caudal de votos). La afirmación, que parece estar en las antípodas de lo que la idea de trabajo en equipo sugiere, ha recibido un 59,7% de respuestas en acuerdo. En ella se condensa la idea de que el mérito del esfuerzo individual es lo que construye el camino laboral de cada persona, de manera que el individuo se encuentra solo en su actividad productiva, no construye lazos con otros. Debemos buscar una especificidad en el modo del colectivo que el equipo propone que se pueda enlazar con esa lectura individualista del ámbito laboral que evidentemente está muy extendida.

Hay mucha envidia en el ámbito laboral, por eso es mejor cuidarse y no comentarle a otros cuánto cobrás y otros detalles similares

¹ La encuesta se realizó en el marco de una investigación colectiva dirigida por el Dr. Ezequiel Ipar denominada “Problemas de la democracia argentina en el período de la post-convertibilidad. Transformaciones socio-económicas y reconfiguraciones ideológicas”. Los primeros resultados de la misma se pueden consultar en el texto de Ipar, E., Chavez Molina, E., Catanzaro, G., “Dilemas de la democracia (y el capitalismo) en la Argentina: transformaciones sociales y reconfiguraciones ideológicas.”, *Realidad económica*, vol. 285, 2014; mientras que los criterios epistemológicos del trabajo fueron presentados en Ipar, E., Catanzaro, G (comp), *La subjetividad anti-democrática. Elementos para la crítica de las ideologías contemporáneas*, Documentos de Trabajo N°76, Instituto de Investigaciones Gino Germani, 2016.

Incluso frente a este enunciado, bastante extremo porque habla de una envidia que se traduce en cierto miedo y distancia con el otro, encontramos un 48,2 % de aprobación. Se trataría entonces de un individualismo laboral que no sólo se traduce en falta de solidaridad en el trabajo, sino que se produce como una silenciosa aversión signada por la competencia. El equipo expone un modo de colectivo que funciona en ese ámbito competitivo y quizás un modo de pensar ese funcionamiento puede ser el que se desprende de otro enunciado de la misma encuesta:

Elegir las amistades correctas es una forma de asegurarse beneficios a futuro

A pesar de que éste enunciado no haya recibido tanta aprobación como los anteriores –38,4% de respuestas en acuerdo– él nos señala un camino para pensar la asociación entre la imagen del equipo y ese individualismo laboral. El lazo de solidaridad que asume aquí el nombre de amistad (incluso más impregnado de un afecto asociado a lo desinteresado que la idea de equipo) aparece como función del beneficio individual. Elegir a los amigos correctos sería un acto de selección estratégica dependiente de un cálculo de beneficios posibles para el individuo².

Es al individuo a quien se le asegura un cierto tipo de lazo con los otros, una solidaridad eficiente para su propia carrera laboral. La imagen de concordancia entre roles singulares especializados propone al equipo de trabajo como espacio de crecimiento personal (tal como Simmel sugería cuando aludía a la vocación –*Beruf*– para ejemplificar el funcionamiento del *como si*), es decir, como un espacio en el que el individuo encuentra provecho propio. El conflicto que la idea de equipo pretende diluir reaparece entonces como competencia en la que el individuo saca ventaja al asociarse.

² Carlos Gamerro logró condensar esa ideología con el cinismo que caracteriza su escritura en el personaje que protagoniza dos de sus novelas: Ernesto Marrone, *Un yuppie en la columna del Che Guevara* que comienza su periplo de ejecutivo andante con *La aventura de los bustos de Eva*. Devoto lector de libros de *management*, Marrone tiene un libro favorito que se convierte en una guía de autoayuda, no sólo para su vida empresarial. Se trata del clásico de Dale Carnegie, *Como ganar amigos e influir sobre las personas* que contiene esa idea de amistad estratégica que el enunciado de la encuesta sugiere, asumiéndola como mantra de la socialización en la gran empresa.

Entonces, la idea de equipo no oculta un modo de individualismo sino que es ella misma la que lo articula en una imagen de la integración con otros. Es precisamente porque esa silenciosa aversión competitiva se encuentra desparramada entre los individuos que la idea de equipo tiene una amplia capacidad de movilización de esas sensibilidades que no suelen dejarse afectar por imágenes de lo colectivo. No es a pesar de ese individualismo ni en contra de él, sino a través suyo que la idea de equipo funciona.

El éxito electoral del PRO (que sabemos que proyecta fantasmagorías ya probadas que el marketing le vende después de estudios en el mercado de imágenes) puede ser leído como índice de que esas disposiciones están operando fuertemente en la población argentina. De hecho, si asumimos que los tres enunciados citados permiten componer ese nudo ideológico que podríamos llamar “Anti-solidarismo”³ encontramos un 41,1% de puntuadores muy altos y un 14,7% de altos; es decir, un 55,8% queda de la línea media para arriba cuando se interroga (al menos en la Ciudad de Buenos Aires) por la extensión de ese individualismo que desconfía de los lazos de solidaridad.

El equipo no constituye la imagen de una solidaridad social soñada por un colectivo sino que se trata de una imagen que propone un colectivo como medio para los sueños de éxito individual. Lo que une al equipo no es ningún tipo de afecto entre las partes. Ni el soñador ni lo soñado son del orden de lo colectivo porque los afectos que el sueño moviliza no son de ese orden. Se trata de un sueño individual movilizad (y no de un simple y aséptico cálculo racional de costos y beneficios) por la imagen de un colectivo que potencia las posibilidades individuales de ganar el juego. Incluso, en tanto el equipo supone esa concordancia feliz de lo diferente a través de la distribución eficiente de roles, en él no sólo se prometen mejores oportunidades para el éxito individual, sino que se garantiza un lugar adecuado para el individuo, bajo la imagen mecánica del encastrado perfecto entre partes.

La contracara de esa certeza de un lugar propio en el equipo es la aceptación de jugar el rol que a cada uno “le toca”. Es el “team leader” el que reparte las funciones diferenciales y el buen trabajador en equipo es aquel que acepta el papel que se le asigna. Si se proyecta como imagen de la sociedad toda, la solidaridad del equipo (movilizada por los

³ El neologismo “solidarismo” intenta distinguir esa ideología anti-lazo social de la solidaridad entendida como ayuda social caritativa que podría ser compatible con cualquier tipo de individualismo.

sueños de éxito individual) redundan en una justicia de la desigualdad. Comprendidas según la imagen de una distribución eficiente de roles, las desigualdades sociales aparecen como justas al articularse como diferencias entre individualidades especializadas.

Esa aceptación de las desigualdades entre posiciones sociales es un efecto que la imagen del equipo es capaz de producir. Pero su potencia para incluir a aquellos que no son afectados por otras imágenes colectivas (aquellos que podrían asociarse a ese anti-solidarismo delineado a partir de la encuesta) reside en que moviliza sueños individuales, proponiendo al colectivo como optimización de las posibilidades del triunfo propio en la competencia. Los lazos de unión con los otros están amarrados a los sueños del individuo que son movilizados por esa imagen del colectivo que el equipo propone. Por eso, una política que apela a esa imagen del equipo no produce una articulación afectiva de un colectivo, tal como quedaba condensado en el enunciado sobre las amistades “correctas” que expone un vaciamiento afectivo sobre el concepto de amistad.

En ese sentido, la imagen de la sociedad argentina como equipo permite explicar la displicencia frente a esos otros que están quedando progresivamente afuera de todo equipo. El sufrimiento ajeno no afecta al individuo anti-solidarista que se une con otros movilizado por sus propios deseos de triunfo en la competencia y no por una apertura afectiva hacia ellos. El desafío democrático más profundo pasa entonces por producir esa apertura. Pues sólo aquellos a quienes el sufrimiento ajeno los afecta son susceptibles de ser movilizados por imágenes que, a diferencia de la del equipo, sí impliquen una articulación sensible colectiva.

III.

“La belleza que aun florece bajo el horror es puro sarcasmo y encierra fealdad. Pero aun así su efímera figura tiene su parte en la evitación del horror” Adorno, *Minima Moralia*.

La solidaridad social como entramado afectivo de un colectivo no se produce reponiendo máximas morales deterioradas del tipo “amarás al prójimo como a ti mismo”.

Insistir en la dimensión sensible de los desafíos políticos contemporáneos no se reduce a un esfuerzo por producir mejores imágenes, más inclusivas y menos conflictivas; es decir, no se trata de ganar en el terreno del marketing. Tampoco alcanza con proyectar imágenes colectivas que (a diferencia de la imagen del equipo) sí impliquen un afecto entre las partes, como por ejemplo la amistad o el amor, porque es necesario intervenir sobre la indolencia para que esas imágenes de lo colectivo afecten.

Para una movilización política que afecte a los desafectados, pero que a la vez se produzca en el orden de lo colectivo y por lo tanto sea más fuerte que la movilización de sus sueños individuales de éxito, es necesario intervenir sobre el anti-solidarismo. A diferencia de la espectacularización del sufrimiento de los otros que opera como anestesia de cualquier sensibilidad colectiva y así obstruye la movilización política, la intervención crítica sobre el anti-solidarismo busca agitar una dimensión afectiva atrofiada. Esa búsqueda no puede satisfacerse contestando a las imágenes de la alegría con imágenes del dolor. Incluso quien dice que “Se ha de estar unido con el sufrimiento de los hombres: el más pequeño paso orientado hacia sus alegrías es un paso hacia el endurecimiento del dolor” (Adorno, 1975: 23), también sostiene que “Si el amor debe ser representación de una sociedad mejor dentro de la existente, no puede serlo como un enclave de paz sino sólo en la oposición consciente” (192). Es decir, incluso para Adorno hay una potencia social en la construcción de una sensibilidad compartida, en tanto ésta pueda funcionar como oposición consciente a la insensibilidad.

Si el amor o la amistad pueden constituirse como imágenes de esa sensibilidad tendríamos que pensar en ellas como intervenciones y no como enclaves. Vale decir, si pretendemos una política de la amistad contra una política del equipo no alcanza con convocar una fraternidad entendida como lazos de solidaridad entre iguales, cuyo reverso sería la ruptura de lazos con los desiguales. Una imagen crítica de la amistad tendría que ir más allá de la fidelidad con los propios; debería implicar el involucramiento afectivo en lo que le sucede a los otros. Producir ese tipo de imágenes críticas es necesario para cultivar esa solidaridad afectiva y ampliar al colectivo movilizado; y eso no sólo como estrategia política sino como vocación democrática.

Bibliografía

Adorno, T., (1975), *Minima moralia*, Caracas: Monte Avila Editores.

Honneth, A., (2009), *Crítica del agravio moral*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Ipar, E., Chavez Molina. E, Catanzaro, G., (2014), “Dilemas de la democracia (y el capitalismo) en la Argentina: transformaciones sociales y reconfiguraciones ideológicas.”, *Realidad económica*, vol. 285.

Ipar, E., Catanzaro, G (comp) (2016), *La subjetividad anti-democrática. Elementos para la crítica de las ideologías contemporáneas*, Documentos de Trabajo N°76, Instituto de Investigaciones Gino Germani.

Simmel, G., (2014), *Sociología: estudios sobre las formas de socialización*, México: Fondo de Cultura Económica.