



Capitalismo y personalidad

En este ensayo, publicado en 2024, **LUIS ENRIQUE ALONSO** y **CARLOS J. FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ** presentan una mirada novedosa en torno a la influencia del capitalismo en la construcción de las identidades individuales y colectivas. En particular, aportan un relato crítico sobre los discursos del *management* en el entorno laboral para centrarse en su influencia en la generación y extensión de nuevas identidades laborales y su enorme capacidad de difusión, creando nuevas formas de alienación disfrazadas de autonomía y libertad.



Si el capitalismo moderno es la consecuencia de un proceso histórico y no el producto de una generación espontánea ni de una situación accidental, también la empresa es un constructo generado a partir de un proceso, en el que confluyen las nuevas lógicas del management posmoderno y los discursos de la 'cultura corporativa' y la 'identidad empresarial'. Estos discursos surgen a partir de las múltiples formas de flexibilización y desregulación que quiebran la estabilidad en las formas de trabajo y provocan un progresivo reemplazo de las diná-

micas laborales tradicionales por otros modelos de gestión empresarial asentados en la exaltación de la personalidad individual, las emociones y lo afectivo, frente a lo racional legal y donde, en lugar de los controles burocráticos clásicos, las nuevas tendencias en la gestión laboral colocan el foco en la subjetividad, la creatividad y el desarrollo personal.

Un aspecto desde el que se trata de configurar la subjetividad de las personas trabajadoras es la noción de talento, con sus múltiples significados y enfoques

prácticos, pero con un claro sentido: en un mundo darwiniano, solo quienes puedan construirse a sí mismos a la medida de lo que el mercado está buscando, serán capaces de prosperar.

En estos nuevos esquemas el trabajador o trabajadora deja de ser un mero autómatas de la empresa —que se entiende como una estructura burocratizada y rígida— para que su integración laboral pase por convertirse en una persona motivada, autosuficiente, casi un empresario independiente dentro de su propia empresa.



Los autores subrayan que nos encontramos ante el desempoderamiento de los actores colectivos y una evidente inclinación hacia la individualización de los problemas estructurales del mundo del trabajo. En este contexto de difuminación progresiva de las fronteras entre lo individual y lo colectivo, el coaching se convierte en una herramienta para moldear las subjetividades de los trabajadores y trabajadoras creando narrativas de superación personal que desdibujan los límites entre lo profesional y lo personal, se transfieren las responsabilidades colectivas al ámbito personal, y se promueve la idea de que el éxito o el fracaso dependen exclusivamente del esfuerzo individual



Los autores, Luis Enrique Alonso y Carlos J. Fernández Rodríguez

El impacto de la marca personal en estos discursos es extraordinario pero bajo este esquema aparentemente positivo, la realidad suele ser mucho más dura, pues la recompensa ofrecida, la posibilidad de una mayor autonomía y un proyecto personal propio, tiene un precio que —y esto no se menciona en dicha literatura— puede convertirse en burn-out o el estrés ante jornadas laborales eternas en lo que Alonso y Fernández Rodríguez califican como “el disciplinamiento total de los cuerpos y las mentes de los empleados”.

Tienen mucho interés en mostrar que el discurso de gestión dominante no está limitado estrictamente a la esfera empresarial y al ámbito laboral, sino que son un baluarte ideológico desde el que se moldea en profundidad la forma en que las personas entendemos nuestro lugar en la sociedad, permeando, también, la política, la cultura y las relaciones sociales, de

forma que “la cultura de empresa se ha terminado convirtiendo en la cultura”, lo que permite moldear una personalidad que se adapta a las nuevas formas de trabajo, incluso en posiciones precarizadas, conservando una idea de libertad individual.

Los autores focalizan su interés en el ascenso de empresarios al poder político sin experiencia en el espacio de lo público, siendo Trump un caso paradigmático. Lo relevante es cómo el empresario exitoso, que ha llegado a tener amplia exposición mediática, utiliza su capital de imagen conocida para ganar el voto popular.

Es precisamente la noción del empresario-héroe, su fuerte personalidad asociada al éxito económico y, presumiblemente, a su capacidad de “hacer cosas”, lo que le permite, a los ojos de gran parte de la población, ser capaz de proporcionar soluciones, lo que su



contraparte o enemigo -piénsese en el político o burócrata profesional-es incapaz de resolver. De esta manera se logra crear una división en la sociedad a partir de un discurso en el cual los intereses del pueblo han sido subvertidos por políticos que solo cuidan de sus propios intereses y beneficios. En consecuencia, se instala la concepción de que un capitalismo más sano, al servicio de la gente, puede llegar a ser posible mediante el cambio radical en el sistema político, lo que es caldo político de la ultraderecha. Lo destacable de este tipo de promesas inconcretas es que pueden llegar a tener éxito incluso en sociedades y países altamente desarrollados.

Si la evolución de las formas de trabajo y las identidades asociadas a ello han contribuido a cambiar profundamente el funcionamiento de las organizaciones, esta transformación se acelera con la evolución tecnológica de las últimas décadas, la introducción de las redes sociales y la creciente utilización de herramientas informáticas como el aprendizaje automático y la inteligencia artificial, que transforman al trabajador en un recurso precarizado y al consumidor en un actor solitario. Un ejemplo de las consecuencias de este modelo lo obtienen de la denominada economía de plataformas, que requieren de un tipo particular de persona trabajadora, a quien caracterizan como altamente precaria y vulnerable pero también lo vinculan al modelo de consumo, con repercusiones sobre la propia subjetividad vinculada al mismo.

Los discursos empresariales del management se han convertido en el baluarte ideológico del capitalismo contemporáneo, legitimando su versión más individualizada y desregulada

La crítica al modelo gerencialista actual concluye cuestionando si la crisis del management podría abrir espacios para nuevas formas de organización y subjetividad que trasciendan las lógicas neoliberales. Para enfrentar las jerarquías y desigualdades impuestas por el capitalismo contemporáneo, Luis Enrique Alonso y Carlos J. Fernández Rodríguez insisten en la necesidad de reconstruir la idea del espacio colectivo frente a la fragmentación de las identidades individuales, pues para contrarrestar las jerar-

quías impuestas por el sistema actual, es esencial la recuperación de valores y dinámicas colectivas. Aparece, entonces, la necesidad de construir nuevas subjetividades y asegurar el compromiso de la fuerza laboral en un contexto económico crecientemente inestable.

Sugieren que si el capitalismo ha moldeado las identidades individuales de manera profunda, también se abren oportunidades para imaginar y construir formas alternativas de organización social y laboral que prioricen la solidaridad y la justicia.

En este sentido, los autores no pretenden realizar un discurso sobre el capitalismo contemporáneo con pretendida objetividad, sino que por el contrario, dejan a las personas lectoras la interpretación del mensaje que se cierra con una invitación a reflexionar sobre las posibilidades de cambiar el modelo actual, repensando las formas en que el trabajo, la identidad y la sociedad se entrelazan.

