



Texto recibido: 19 de noviembre de 2018
Texto aprobado: 8 de enero de 2019

Resumen: El presente texto tiene como propósito reflexionar acerca del concepto de sociedad del cansancio y el papel que tiene la comunicación en su construcción en las sociedades modernas. Inicialmente plantearán el concepto de sociedad del cansancio, propuesto por el filósofo surcoreano Byung-Chul Han (2008) y su relación con los procesos comunicativos, posteriormente, se relacionarán con el papel que tienen las redes sociales digitales en la reproducción simbólica de la idea de éxito y felicidad.

Palabras clave: sociedad del cansancio, positividad, rendimiento, enfermedad neuronal, comunicación, imaginario social, éxito y felicidad.

Abstract: The text presents some reflections about the idea of Burnout Society and the role that communication plays in its construction in modern societies. The paper begins by explaining the concept of Burnout Society proposed by the South Korean philosopher Byung-Chul Han (2008) and its relation with communicational processes. Next, it explores the connection between digital media and the symbolic production of concepts such as success and happiness.

Keywords: Burnout Society, positivity, efficiency, neuronal disease, communication, Social Imaginarium, success, happiness.

La comunicación en la SOCIEDAD del cansancio

Communication in the burnout society

FERNANDO MARTÍNEZ YÁZQUEZ¹

ENRIQUE PIMENTEL BAUTISTA²

La sociedad de rendimiento, como sociedad activa, está convirtiéndose paulatinamente en una sociedad de dopaje.

Byung-Chul Han

Hace poco, en un curso sobre nuevas tecnologías, una compañera docente nos confió que había estudiado la licenciatura, la maestría y el doctorado en tres diferentes universidades privadas y que en este último grado su promedio final había sido de 10. Nos comentó que esta calificación la había obtenido sobrecargando su propio rendimiento, que cuando un maestro le había asignado un 8 en un

ensayo, tarea o actividad, ella había insistido en realizarlo de nuevo, preguntando en qué “había fallado” para mejorarlo, corregirlo o aumentarlo y así obtener la más alta calificación; incluso “perseguía” al profesor para solicitarle una reconsideración. Ahora estaba tentada a estudiar Psicología en alguna otra universidad privada. En ese mismo curso la impartidora nos pedía realizar algunas actividades de reflexión, nos daba cierto tiempo para dialogar y llegar a acuerdos; sin embargo, no habían pasado ni cinco minutos cuando la maestra en cuestión ya notificaba del término de su actividad, obvio la había realizado individualmente sin incluir otros puntos de vista. ¡Nunca habíamos asistido a tanta eficiencia! Ella mencionó que estaba acostumbrada a obtener resultados inmediatos, más que el menor tiempo posible y obteniendo el mayor número de ganancias;

¹ Profesor de TC Asociado C, Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación y FES Acatlán, UNAM; Responsable del proyecto Infocab La enseñanza de la investigación en el bachillerato; autor de *Ciencias de la Comunicación 1 y 2*, Santillana (2014); asesor en la MADEMS Español, UNAM; Coordinador del diplomado Investigación en comunicación, FES Acatlán, UNAM.

² Aspirante a Maestro en Comunicación, FCPYS, UNAM. Experiencia docente desde 1997. Especialista en metodología de la investigación científica y uso pedagógico de las TIC. Coautor de los libros *Ciencias de la Comunicación 2*, Santillana (2014), *La urdimbre escolar*, UNAM. Profesor de Asignatura B Definitivo del CCH, Naucalpan. Miembro del Comité editorial de la revista *Poiética*, CCH Naucalpan. Correo electrónico: suendabe@yahoo.com.mx

El sujeto contemporáneo cree estar en libertad, pero se *auto explota* al estar sometido a un alto rendimiento, está preso de sí mismo.

sin embargo, también contó que todas las noches llegaba a su casa para literalmente tirarse a dormir a la cama, totalmente agotada. Toda esa prisa, esa aparente eficiencia, ese afán por rendir al máximo en sus diferentes actividades, nos lleva a pensar finalmente en el valor superficial de su aparente éxito.

LA SOCIEDAD DEL CANSANCIO

La sociedad del cansancio (2012) no sólo es el título del libro que le da pie a esta serie de reflexiones, sino también una de las formas en que Byung-Chul Han, nacido en Seúl en 1959 y residente en Alemania, nombra a la forma de vida que predomina en las sociedades occidentales modernas. Parte de una premisa general: el sujeto contemporáneo cree estar en libertad, pero se *auto explota* al estar sometido a un alto rendimiento, está preso de sí mismo. La idea de autonomía se configura a partir de alcanzar los estándares que el mercado global impone, la eficiencia y la eficacia se superponen sobre cualquier otro valor social.

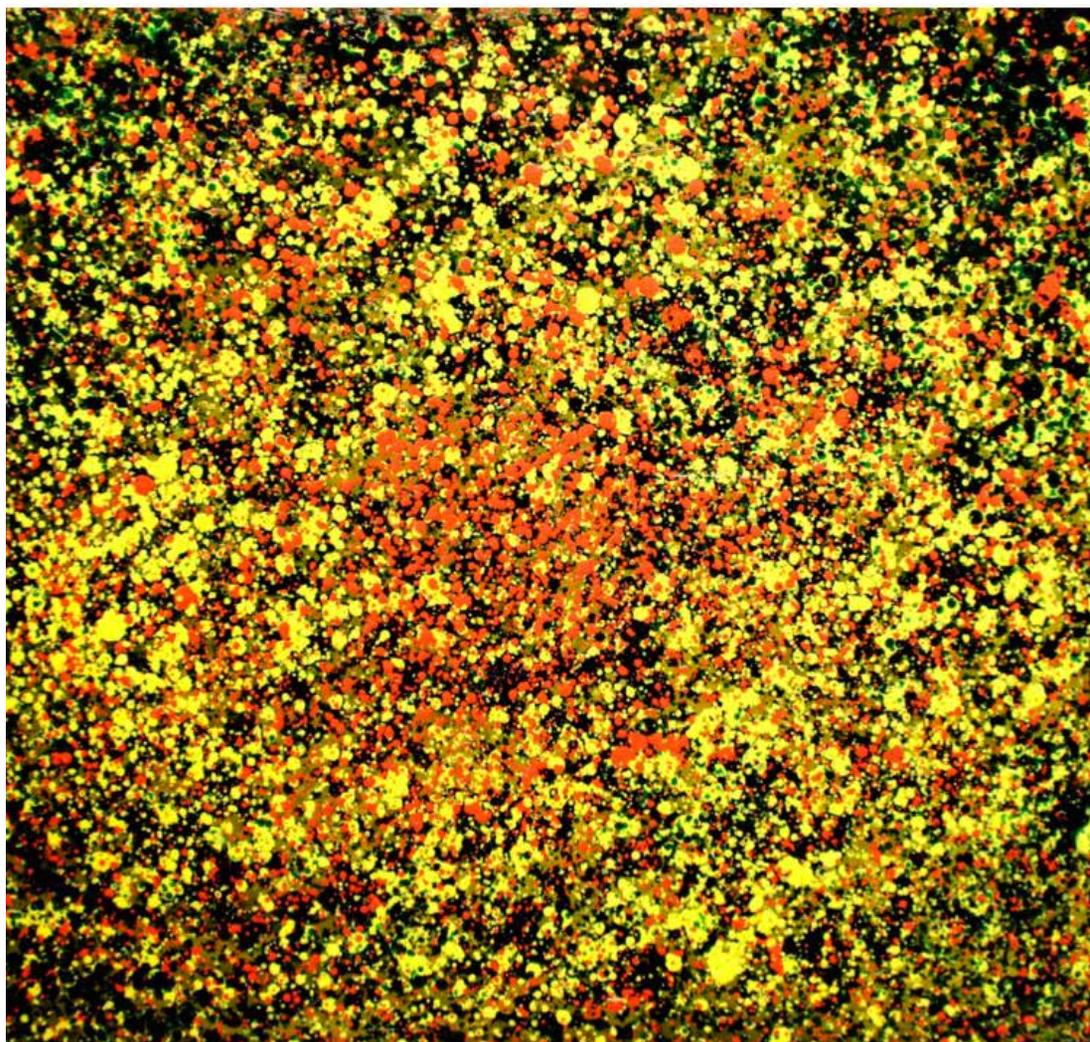
La figura que emplea Han (2012), es la imagen del *mito griego de Prometeo*, el cual se esfuerza para robar el conocimiento a los dioses como una autoafirmación de su condición divina. Con conocimiento de causa entrega el fuego a los hombres y en una especie de agotamiento cae todos los días para que el águila le devore el hígado como castigo programado por él mismo. Su sufrimiento es autoflagelación consensuada desde el inicio; en esta tragedia no hay escapatoria posible, porque es él mismo quien lo provoca. Prometeo es el ícono que mejor representa esta época, es la autoafirmación de su condena, su heroicidad castigada a partir de su propio consentimiento. Expresa el enorme agotamiento de su diaria, cotidiana

y pertinaz penitencia, su auto programación predestinada. No se sublima su cansancio, sólo le provoca desaliento (p. 6).

Para Han (2012), existe una relación entre las enfermedades y los imaginarios sociales de la época que se está viviendo. Así, el primer estadio se representó por un tipo de pandemia: la bacterial, que se combate con la invención de los antibióticos a partir de la tercera década del siglo xx. El periodo viral se caracteriza por el ataque de lo desconocido y su solución se forja mediante fórmulas médicas inmediatas con base en las técnicas inmunológicas; en este segundo momento las prácticas preventivas frente a las enfermedades infecciosas dictaron una serie de dicotomías (yo-el otro, adentro-afuera, propio-ajeno, el amigo-el enemigo) que representaron la repulsión de todo lo que resultara extraño o diferente (p. 7). En los inicios del siglo xxi la enfermedad ya no se encuentra en el cuerpo, sino en el cerebro.

De acuerdo con lo planteado por Han (2012) el siglo xxi se caracteriza por tener las siguientes tres enfermedades neuronales: a) el déficit de atención con hiperactividad, b) el trastorno límite de la personalidad y c) el síndrome del desgaste ocupacional (pp. 7, 8). Todas son producto de la dialéctica de la positividad; es decir, una sobreabundancia de lo idéntico, la falta de negatividad y en ese tenor la búsqueda del éxito totalmente vacío de sentido.

La positividad desde el punto de vista de Han (2012), se manifiesta en la *superproducción*, *superrendimiento* o *supercomunicación* (pp. 12, 13). Dicha positividad produce violencia debido a que existe un exceso de actividades; la violencia se revela en agotamiento, asfixia y fatiga. Como en el caso de nuestra compañera docente que buscaba ahora estudiar Psicología, no se trata de un



NAXÓ JIÑAJ

cansancio que sublima la actividad humana, que busque o merezca su recompensa, sino de un desaliento sin sentido que reduce el beneficio a un aspecto obsoleto, debido a que el ganar-ganar no produce ganadores, sino arruinados en un mundo donde las reglas del juego se imponen para que éste termine lo más pronto posible, en lugar de crear las condiciones para seguir jugando.

Para Han (2012), la sociedad del siglo XXI no es disciplinaria en el sentido que plantea Michelle Foucault, el sujeto ya no necesita ser disciplinado por el otro, se disciplina a sí mismo a través de aumentar su rendimiento. Tampoco sus habitantes se llaman ya "sujetos de obediencia, sino sujetos de rendimiento" (p. 16). Estos sujetos son

emprendedores de sí mismos.

La sociedad disciplinaria de Foucault es superada por la del rendimiento de Byung-Chul (2012), que se caracteriza por el poder sin límites, en donde se exagera la capacidad de hacer, por la facultad de hacer; en la primera se puede hablar de un poder de rendimiento, en la segunda un rendimiento sin sentido. Para Han la sociedad del rendimiento ha perfeccionado las dinámicas de las sociedades disciplinarias, ya que el sujeto se autodisciplina para rendir y producir sin necesidad de ser sometido directamente (pp.16, 17). El poder se ejerce a través de los discursos y las prácticas del deber. Una de las manifestaciones de la sociedad del rendimiento es el concepto de *multitasking*, la cual

es entendida como la capacidad de realizar actividades simultáneas con la intención de administrar eficazmente el tiempo.

Han (2012) describe que desde hace algunas décadas nos hemos enterado de que, en los llamados países del primer mundo, una de las enfermedades más extendidas es la depresión. Las sociedades modernas y del cansancio estarían provocando este malestar por rendir al máximo en situaciones de competencia. La depresión inicia cuando el sujeto no logra lo que se propone, no puede con la carga del exceso de positividad. El depresivo es el hombre que se explota a sí mismo voluntariamente. Es su propio verdugo y víctima. Por otra parte, este discurso positivo mitiga los sentimientos de tristeza y miedo, ya que son discursos negativos y se contraponen con las tendencias de la sociedad de consumo, globalizada y tendiente al placer y hedonismo (pp. 18-20).

Han (2012), también profesor de Filosofía y Estudios Culturales en la Universidad de las Artes de Berlín, atribuye estos comportamientos de *hiperproducción*, entre otras razones, a la crisis de las creencias religiosas, a la falta de fe y de sentido de vida que hacen del sujeto una entidad que vive en la intranquilidad. Ante una vida efímera se reacciona con mecanismos de hiperactividad, la histeria del trabajo y la producción (p. 26).

Han (2012) plantea que la sociedad del rendimiento se convierte en una sociedad del dopaje o cosmética neurológica, en la cual se recurre a fármacos para mejorar el rendimiento cognitivo, la memoria, la percepción, etc; así como su contraparte y extensión que son los dispositivos electrónicos modernos como son los teléfonos inteligentes, las computadoras y todos los dispositivos de conexión permanente. Todo en busca de un mejor rendimiento (p. 45). Los elementos simbólicos, valores, estereotipos, pautas de conducta correspondientes a esta denominada sociedad del cansancio o del

rendimiento, son reproducidos por distintas instituciones sociales entre las que destacan: la familia, la escuela y los medios de comunicación masiva.

Para que esta idea de la sociedad del cansancio pueda existir y reproducirse existen mecanismos que promueven el alto rendimiento, *el multitasking*, el poder hacer, y las difunden masivamente reproduciendo sus valores en el imaginario social. Esta categoría ha sido considerada por diversos autores como son Baeza (1995), Pintos (1993 y 2015) y Castoriadis (1993 y 1997) y Rاندازو (2012). Las ideas de Han se vinculan con los imaginarios en el momento en que lo que pensamos está determinado por una serie de sinsentidos; es decir, el éxito y la superproducción por el sólo hecho de que en lo social se considera que estos aspectos son consustanciales a la libertad, la superioridad y el bienestar individual de cada una de las personas.

La publicidad es sumamente fuerte por su capacidad de seducción.

LA COMUNICACIÓN E IMAGINARIO SOCIAL

El imaginario social permite saber quiénes somos y qué papel debemos desempeñar en la sociedad. Es por medio de él, que cada sujeto construye la idea que tiene de sí mismo, se apropia de su lugar y papel en la sociedad. Las significaciones son creadas porque están instituidas y son objeto de participación de un ente colectivo impersonal y anónimo. Las instituciones como la familia, escuela, iglesia y medios de comunicación, evoca a las "normas, valores, lenguaje, herramientas, procedimientos y métodos de hacer frente a las cosas y de hacer cosas y, desde luego, al individuo mismo" (Castoriadis, 2005, p. 67); éstas se imponen mediante la cohesión y las sanciones; se incorporan en el sujeto mediante la producción de subjetividades (Pintos, 2005).

Los medios masivos son instituciones dedicadas profesionalmente a la producción y distribución de mensajes con fines de lucro,

Los elementos simbólicos, valores, estereotipos y pautas de conducta correspondientes a esta denominada sociedad del cansancio o del rendimiento son reproducidos por distintas instituciones sociales entre las que destacan: la familia, la escuela y los medios de comunicación masiva.

fragmentos del sistema capitalista con presencia global, regional y local. La sociedad del rendimiento se muestra sin ningún tipo de mediación a partir de los estereotipos de los mensajes masivos: películas, series de televisión, telenovelas, videoclips y *reality shows* que hacen referencia a una idea de libertad simulada; en estos contenidos se reproducen modelos de vida, narrativas y valores en los que se difunde el ideal de dedicación, trabajo y auto explotación: madres y padres modelo, mujeres triunfadoras y bellas, hombres con gran potencia física y sexual, profesionistas exitosos, deportistas triunfadores. A todos estos discursos de alto rendimiento se suman los esfuerzos, la felicidad y el éxito, los cuales son los premios para quienes lograron vencer todos los obstáculos.

Sólo basta observar los anuncios publicitarios que abundan en la sociedad de consumo para corroborar la actual idea que se tiene sobre el trabajo como sublimador de los deseos. En los anuncios comerciales predominan los modelos de vida relacionados con el alto rendimiento profesional, familiar y sexual. El sistema comunicativo de la publicidad es sumamente fuerte por su capacidad de seducción, debido a la constitución de códigos visuales, auditivos y narrativas atractivas, sumadas a los productos que se venden que, a su vez, promueven modelos de vida donde el agotamiento no es problema, pues no existe.

LOS IMAGINARIOS DEL ÉXITO Y LA FELICIDAD

En la sociedad actual, Han (2012) menciona el sujeto ha pasado de tener la condición de ciudadano a la de consumidor; se ubica en un momento histórico en el que es más

importante el mercado que el aspecto político. El consumo se convierte en el elemento integrador de la sociedad, la cual se mueve bajo los principios de compraventa de símbolos que giran en torno al éxito y la felicidad. Al consumidor se le ofrecen formas de vida vinculados con el bienestar a partir de la hiperproducción en el trabajo, fuera de cualquier mención relacionada con la idea del tiempo libre, de contemplar, reflexionar o valorar los aspectos espirituales o inmateriales.

La publicidad cosifica los deseos y plantea la forma es que pueden ser satisfechos. Es un mecanismo que hace visible la carencia y su necesario satisfactor. Paralelamente al discurso publicitario existen diversas expresiones que concretan y reproducen estos valores tanto en las narrativas de los relatos de ficción de la cultura *mainstream* como es la música, el cine, las series, las telenovelas y los videoclips. Pero, ¿cómo contribuyen éstos a reproducir una sociedad del rendimiento y en consecuencia del cansancio?

El mecanismo funciona debido a que es incorporado a las *doxas* de los individuos en su vida cotidiana y en las instituciones primarias, a través de los discursos y narrativas de los medios de comunicación. El ciudadano vive inserto en una sociedad saturada de imágenes, eslóganes, carteles, que lo incitan a consumir para alcanzar ideales de vida anclados en el concepto de éxito y felicidad.

Los discursos mediáticos y publicitarios orientan al sujeto a hacer todo lo que puede y más: plantean la necesidad de explotarse a sí mismo, de llevar al límite el cumplimiento de diversos roles sociales autoimpuestos. El sujeto se abandona a la obligación de aumentar su rendimiento, vive invadido por múltiples estímulos discursivos que le exigen

ser un buen profesionalista, madre, padre, pero además deportista, amigo, tener un alto rendimiento sexual, estar dispuesto, disponible, ser feliz y exitoso.

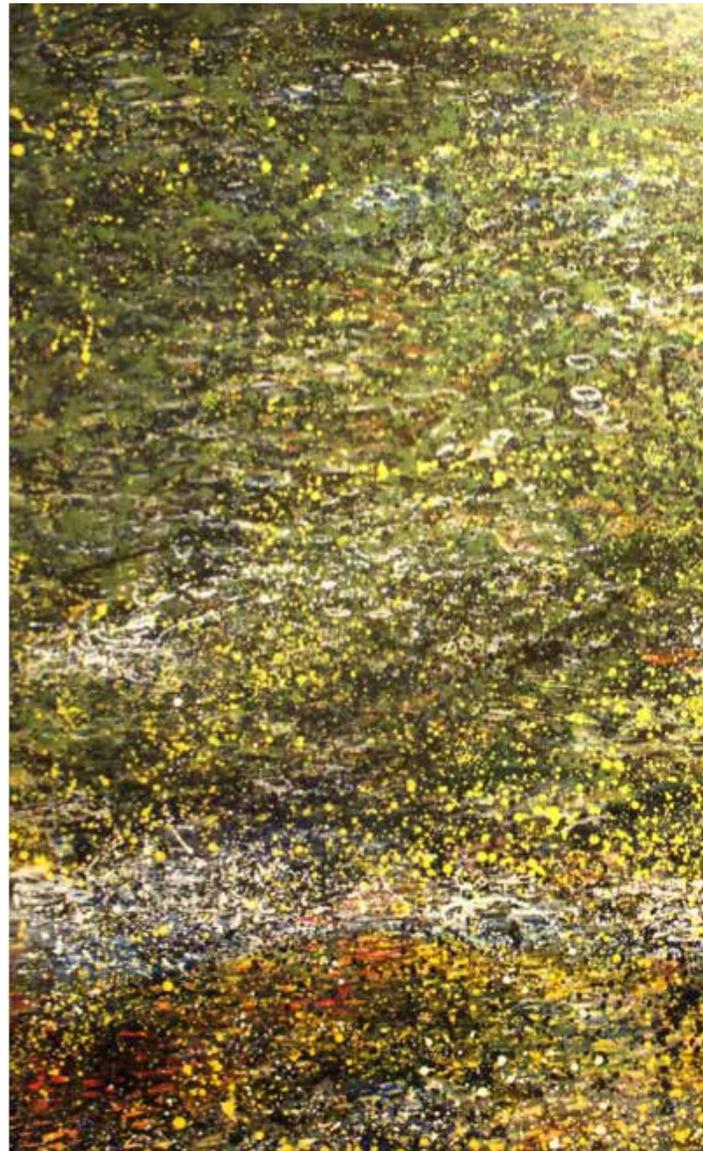
Lo anterior genera una concentración en el yo, en la autoimagen, lo cual detona un narcisismo, una necesidad de cumplir consigo mismo y con la imagen que se quiere transmitir a los demás. Los medios de comunicación se convierten en espejos que difunden y reproducen modelos de ser y hacer que posibilitan que los estereotipos e imaginarios se difundan en la sociedad.

Los procesos de comunicación digitales se han convertido en diálogos con semejantes, como sabemos, casi todos los algoritmos de las redes sociales digitales nos acercan a interactuar con personas similares a nosotros, con los mismos gustos, intereses e ideales. La política de los *likes* funciona como la ratificación de lo que somos, al emitir un *me gusta* aprobamos nuestros espejos y dentro de éstos, consideramos aquellos que reproducen las ideas de llegar a ser haciendo mucho, presos de la ansiedad y en algunos casos de la depresión.

La sociedad del cansancio nos permite generar categorías para pensar los procesos sociales del siglo XXI. Si bien en lo contemporáneo se privilegian el éxito, la *autoconfirmación* y la felicidad, finalmente son *auto flagelos* que nos imponemos de forma inconsciente.

CONCLUSIÓN

La sociedad del cansancio no sólo es el título de un libro, sino sobre todo es un reflejo de los tiempos actuales, es la manera de repensar las dinámicas de vida que las sociedades



occidentales modernas nos han impuesto. Es el reflejo de un hartazgo consensado, una falsa ilusión en donde la libertad, la autonomía y el bienestar se manifiestan en una positividad exagerada.

La política de los *likes* funciona como la ratificación de lo que somos, al emitir un *me gusta* aprobamos nuestros espejos y dentro de éstos, consideramos aquellos que reproducen las ideas de llegar a ser haciendo mucho, presos de la ansiedad y en algunos casos de la depresión.



VISTA ÁEREA

La sociedad del cansancio y del rendimiento son dos categorías que nos permiten pensar en los procesos sociales en los que se sitúan nuestras sociedades occidentales. Si bien muchos de los elementos que aquí se plantean son tendencias y no normas, son planteamientos que nos permiten reflexionar acerca de los procesos en los que estamos insertos y cómo éstos impactan en la vida cotidiana.

Los discursos sobre la positividad y el rendimiento son los discursos del poder. Las narrativas se estructuran bajo esta lógica; el sujeto se autodisciplina para rendir y

producir por sí mismo, no es necesario ser sometido directamente. Los medios de información crean y difunden relatos que transcurren entre el deber y el alto rendimiento. Los imaginarios sociales colaboran en la construcción del sentido, y bajo el raciocinio de los sistemas globales, el signo que más se evidencia es el del agotamiento.

Los discursos de lo contemporáneo privilegian el éxito y la autoconfirmación como valores esenciales de la sociedad en la que vivimos. Posiblemente nuestra compañera docente, de la que hablamos al inicio de este texto, se considere realizada, exitosa y feliz; sin embargo, es probable que no se haya planteado el dilema de *no cambiar a París por alguna aldea*.

REFERENCIAS

Baeza, A. (1995). *Teoría fenomenológica de los Imaginarios Sociales*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.

Castoriadis, C. (1993). *La institución imaginaria de la sociedad; Vol. I: Marxismo y teoría revolucionaria*. Buenos Aires, Argentina: Tusquets.

Castoriadis, C. (1997). *El avance de la insignificancia*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

Castoriadis, C. (2005). *Los dominios del hombre*. Barcelona, España: Gedisa.

Han, C. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona, España: Herder.

Martell, F. (2011). *Cultura mainstream*. Madrid, España: Taurus.

Pintos, J. (1993). *Orden social e Imaginarios Sociales*. Santiago de Compostela, España: USC.

Pintos, J. (2005). *Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 10, núm. 29, abril-junio, 2005, pp. 37-65. Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia.

Randazo, F. (2012). Los imaginarios sociales como herramienta, *Imagonautas 2* (2). pp. 77-97. Santiago de Compostela, España: USC.