

De la autoayuda psicológica, la psicología popular y la gimnasia cerebral al “nudge”: ¿el fin del sujeto psicologizado y neurologizado?

Jan de Vos

Introducción

Un elemento central en la autoayuda es el planteamiento de que en tu interior se esconde un Yo distinto y mejor que se puede y necesita sacar al exterior. "Atrévete a ser tú mismo" equivale a "Sé tu mejor yo", tal como leemos en la página web *Psychology Today*¹. Por supuesto, este Yo no es únicamente tu viejo y conocido Yo, el cual pueda haberse perdido en el camino: la autoayuda promete un premio mayor. Una guía en *Psychology Today* que intenta llevar al lector hacia una mejor autoayuda dice: “tú quieres aprender algo que aún no sabes”². Pero aquí tenemos ya la primera paradoja: para poder realizar este *surplus* personal e idiosincrático se necesita un experto y su saber académico: "lo más probable es que vayas a aprender más de aquellas personas que han obtenido respetabilidad en su propio campo" (Whitbourne, 2012). Se recomienda a su vez buscar en Google al autor de dicha guía, para acceder a sus "credenciales académicas". La garantía de una buena carrera debería permitir separar guías serias basadas en investigación empírica de las versiones “descafeinadas” escritas por un *negro* para la prensa popular (Whitbourne, 2012).

En este punto se hace evidente una notable similitud entre la autoayuda y la propia psicología. Del mismo modo que la autoayuda te insta a buscar un mejor y nuevo Yo y a deshacerte de tu mal, débil o tímido Yo, la psicología debe enfrentar y expulsar aquí sus propios demonios. Es decir, también ésta tiene que deshacerse de sus falsas apariencias y de sus dobles “descafeinados”: debe luchar contra la psicología popular y las dudosas teorías psicológicas en las que las personas creen erróneamente.

Partiendo de lo dicho, este capítulo te llevará a través de los campos de la autoayuda y la psicología popular, de sus formas más recientes basadas en las neurociencias (como el caso de la gimnasia cerebral), y tratará de dar respuesta a la pregunta de cómo estas partes adyacentes del “complejo neuropsi” usan y refuerzan las teorías psicológicas y neurocientíficas convencionales dominantes. Nuestra hipótesis es que la autoayuda y la (neuro)psicología popular pueden enseñarnos algo relevante sobre la (neuro)psicología académica. Y esto es así porque, como ya debería quedar claro con esta breve introducción, el paradigma central de la autoayuda, el “ponerte en contacto con tu verdadero Yo”, es el resultado lógico de la reivindicación fundacional de las teorías neuropsi: su supuesta capacidad para revelar la verdad sobre el ser humano. En resumen: la presuposición en la psicología de que, en última instancia, tenemos una idea equivocada de lo que somos (nuestra propia

¹ *Psychology Today* (<http://www.psychologytoday.com/basics/self-help>) es una revista de divulgación psicológica publicada en Estados Unidos desde 1967.

² Esta “guía de las guías” es también en sí, por supuesto, una guía de autoayuda: lo que se asegura es que con dicha meta-guía podrás convertirte en “un consumidor mucho más sabio de autoayuda”.

y errónea psicología *folk*) y de que la ciencia neuropsicológica puede corregir esto, es finalmente la columna vertebral de la promesa misma en la autoayuda de que tú puedes encontrar tu verdadera esencia. Es más, aquí parece clara la demanda de popularización del valioso conocimiento de las ciencias neuropsi, precisamente con el fin de poner orden sobre las defectuosas, pre- o para-científicas, autoevaluaciones del ser humano.

Por ello, el intento de oponerse o corregir la psicología y la neurociencia populares, es una lucha de la academia contra sus propias sombras. Por ejemplo, el famoso libro “Los 50 grandes mitos de la psicología popular” (Lilienfeld, Lynn, Ruscio, & Beyerstein, 2010) es él mismo, en efecto, psicología popular. Aceptando incluso su formato irónico, el libro no puede en verdad escapar del esquema discursivo del género popular. El libro utiliza, entre otras, las típicas listas de aquel, como “Los 10 orígenes de los mitos psicológicos” ofrecida como un “útil destructor de mitos”, para eliminar conceptos erróneos.

Aquí las teorías neuropsi académicas y serias muestran su afinidad con los discursos neuropsi populares, pues los primeros son estructuralmente impulsados a llevar el saber neuropsi al dominio público o, quizás mejor, al mercado. Es decir, el profano tiene que saber, y que compartir, las teorías. De este manera, a partir de procesos de psicologización y neurologización, todo el mundo, desde los niños de la guardería hasta los ancianos en la residencia de la tercera edad, son interpelados por el saber neuropsi y vuelven a ser estudiantes de la clase de psicología y neurociencia. A través de la escuela, los medios, las instituciones estatales y para-estatales... el mensaje se repite: “¿sabes que según la psicología/neurociencia...?”

Sin embargo, ¿no es todo esto un esquema que se vuelve redundante con la digitalización, siendo posiblemente este último el acontecimiento más importante de nuestra era reciente? El cambio digital no solo reestructura fundamentalmente nuestras vidas cotidianas, también ha cambiado decisivamente las ciencias. Es decir, mientras nuestra relación con nosotros mismos, los otros y el mundo en general pasa cada vez en mayor medida por la mediación de medios digitales y algorítmicos, las ciencias se convierten ellas mismas en “ciencias de datos”. En este sentido, las propias ciencias humanas y las ciencias neuropsi ya no persiguen un gran saber o una gran teoría, basta con recoger los supuestos datos primarios para diseñar desde ahí estrategias y protocolos con fines pragmáticos. Entonces, en lo que respecta a las ciencias neuropsi, ¿no estamos finalmente más allá del Saber y su divulgación inevitable y necesaria? Ya no es el psiquiatra o el (neuro)psicólogo el que sabe y quiere que todo el mundo sepa, es el ordenador y el *Big Data* el que conoce en nuestro lugar, y a esta agencia digital ya no le importa nada si nosotros sabemos o no. Mientras que el (neuro)psi nos convertía en su alumno, el *Big Data* y los “entornos inteligentes” simplemente nos dan un empujoncito. No se espera que conozcamos lo que nos está guiando, estamos impulsados y dirigidos por el *nudge*: la arquitectura y el diseño de nuestro entornos (reales y virtuales) vuelve a ser dinámica a través del *input* de datos y, sin imponer o prohibir nada, nos guía a los comportamientos adecuados limitando nuestro menú de opciones para que tomemos las decisiones “correctas”. Somos justos y éticos sin saberlo y sin pensarlo. ¿Es este el final de la (neuro)psicologización, el final de los modos de reflexión y confesionales, de la auto-disciplina? Del mismo modo, ¿es este el final de la crítica, al no haber ya conocimientos y saberes que pudiéramos criticar? Para ponerlo en términos foucaultianos, parece que ya no hay un nexo de poder/saber para discernir en base a él, con el fin de “interrogar a la verdad acerca de sus efectos de poder y al poder acerca de sus discursos de verdad” (Foucault, 2006, pp. 7-8). Esto es lo que examinaremos al final de este capítulo, después de haber

hecho un recorrido por la autoayuda, la psicología popular y los formatos neurocientíficos de la autoayuda.

La autoayuda psicológica

El discurso de la autoayuda se fundamenta en la suposición de que uno se puede convertir en la persona amable, comunicativa, equilibrada... que permanece escondida bajo su piel –de forma muy similar a cómo el intervencionismo estadounidense pretende liberar al americano liberal-demócrata y amante de la libertad escondido bajo cada paquistaní, iraquí o sirio (Žižek, 2003).

Tenemos aquí una extraña conjunción de lo particular y lo general: mientras la autoayuda promueve la hiper-individualidad (Rimke, 2000, p. 67), el precioso núcleo interior que debe ser buscado es al mismo tiempo compartido por todo el mundo. El mensaje paradójico es: *convértete en tu Yo único con un libro vendido millones de veces*. La autoayuda pasa de la “ayuda desde dentro” a la “ayuda desde fuera” (Cherry, 2008) y requiere autoridad externa textual y conocimiento experto (Rimke, 2000). En este verdadero Catch-22 (Bröckling, 2005) su *Yo único* es un producto estándar listo para llevar a casa.

Pero, ¿no es esta crítica neutralizada con las guías de autoayuda *online*, cuya sofisticada tecnología interactiva permite una mayor flexibilidad y ajuste personal, y por lo tanto son más empoderadoras y emancipadoras? Un análisis más detallado revela sin embargo que dicha interactividad “hecha a medida” es ante todo una ilusión. Los ejercicios adaptados y los avisos personalizados de estos módulos web son el mero resultado de algoritmos fijos, los cuales proporcionan una actividad estrictamente guiada: *si contesta esto, le enviamos a esta parte de la página web*. Consideremos, por ejemplo, la página web belga “Fit in je Hoofd” (“Tu cabeza en forma”) que se enorgullece de su enfoque interactivo y personalizado basado en una auto-prueba (*self-judgment test*). Un examen detenido revela que a pesar del diagrama de flujo complejo (ver Willaert & Van den Brande, 2008) sólo hay seis maneras de moverse a través del módulo³. No es de extrañar que los propios autores sostengan que sus consejos para tener la cabeza en forma se basen en “el conocimiento general y obvio” (Levrau & Stevens, 2007, p. 6).

Volveré sobre el sujeto digital al final de este apartado, pero quiero antes cuestionar este recurso frecuente a lo obvio. Basta con que hagas una búsqueda en Google de la frase “como todos sabemos” en páginas web tales como *Psychology Today* o *Psychcentral*... Para Louis Althusser lo “obvio” es la ideología en su forma más nítida (Althusser, 1971). En la misma línea, Ian Parker sostiene que la psicología, en su disfraz de psicología popular, funciona como una forma de ideología, al proponer su “sentido común sobre la naturaleza del Yo” (Parker, 2010, p. 108). Esto se vuelve muy tangible en el ya mencionado portal web “Tu cabeza en forma”: tras su promoción de una “vida sexual sana”, de “relaciones significativas” y de un “enfoque de vida holístico”, se proponen finalmente la religión y la oración como valores positivos (Levrau & Stevens, 2007, p. 18). Este estallido de la religión en la autoayuda no debería sorprendernos. Cabe recordar como Michel Foucault rastreó ya el discurso religioso en el complejo-psi describiendo, por ejemplo, cómo la

³ De las cuatro subpruebas, solo la prueba 1 (resiliencia) y la prueba 2 (nivel de quejas) conducen a consejos diferenciados (la prueba 1 tiene tres posibilidades de *feedback*, la prueba 2 sólo dos). El *feedback* de la prueba 3 (enfrentamiento) y 4 (estilo de vida) es igual para todo el mundo.

práctica de confesión seguía estructurando los formatos psicoterapéuticos (Foucault, 2003). La autoayuda participa igualmente de este legado religioso, aunque sólo sea por el suave y pastoral tono de voz que muchos de estos manuales adoptan. O considerando la no poco habitual promesa en la autoayuda de cierta forma de purificación, como si la autoayuda fuese un "ritual de paso" que uno tiene que seguir para llegar al otro lado.

Pero aquí la pregunta es, ¿cuál es finalmente esta posición iluminada y redimida prometida por la autoayuda? Aquí podemos recordar el argumento de Heidi M. Rimke, para quien el paso de confiar en uno mismo a confiar en los expertos resulta en convertir finalmente al profano en un experto de su propia condición de persona (Rimke, 2000). Por lo tanto, cuando Nikolas Rose señala que las disciplinas psi juegan un papel clave en la construcción de determinadas formas del Yo (Rose, 1990), aquellas se preocupan sobre todo de la construcción de una perspectiva superior, desde la cual se pueda contemplar ese Yo igualmente construido. La autoayuda es la creación de un Yo separado ontológicamente de sí mismo y en este proceso el sujeto es "impelido a dirigir la mirada del diagnóstico psi sobre sí mismo" (Hazleden, 2003). En otras palabras, al pasar por la práctica de la autoayuda, se espera de ti que participes del complejo-psi, mirándote a ti mismo, a los demás y al mundo desde una perspectiva académica, y "Olímpica", psicológica.

La conclusión radical es entonces que la figura del profano es ante todo una ficción. La máxima de la psicología "esto es lo que eres" posiciona al sujeto no como lo que él/ella supuestamente es, sino como *aquel que observa (como un proto-psicólogo) a lo que él/ella supuestamente es*. El profano es por lo tanto un artefacto de la psicología. Lo mismo vale para la psicología popular, sombra inseparable en último caso de la psicología institucional. Es decir, la disciplina de la psicología se constituye precisamente a partir de la suposición de que hay profanos que despliegan una psicología popular que la psicología científica puede iluminar o corregir. Desafortunadamente, por lo que parece, la psicología popular es tenaz, ya que tiende de por sí a asumir la psicología académica y a transformarla en la llamada psicología popular.

La psicología popular

Comencemos con la observación de que la psicología popular no es siempre el enemigo de la psicología institucional. Por ejemplo, la llamada biblioterapia, que incluye el uso de manuales de autoayuda y libros populares de psicología, se ha convertido en una práctica corriente en muchas formas de psicoterapia (véase, por ejemplo Norcross, 2006; Rasmussen & Ewoldsen, 2013). Esto no es sorprendente: la mayoría de las psicoterapias se adhieren al adagio central de la autoayuda: eres tú mismo el que tienes que cambiar y el que tienes que hacer el trabajo para dicho cambio, el profesional es sólo un guía. La psicoterapia es siempre ya autoayuda. O, dicho de otra manera, si el psicólogo es experto, ello desemboca en asegurarte que tú mismo eres el experto. La paradoja es, por supuesto, que si bien la psicoterapia promueve la autoayuda, la carta del triunfo en los manuales de autoayuda es precisamente la psicoterapia: si al final la autoayuda no te ayuda, necesitarás psicoterapia real y verdadera psicología.

Si en el horizonte de este doble vínculo surge la figura de la oposición *psicología real* frente a *psicología popular*, no debe perderse de vista que esta última sólo puede existir en su oposición con la primera. Además, bastará con echar un vistazo más de cerca a la lucha de la psicología institucional con la psicología popular para observar que lo que se ataca ahí no es más que las propias aporías y

paradojas de la primera. Por ejemplo, en el ya mencionado libro “Los 50 grandes mitos de la psicología popular”, la mayoría de los mitos que es preciso desenmascarar tienen su origen en las propias ciencias psi y no en el supuesto mundo profano. El argumento de que la gente usa sólo el 10% de su cerebro, la tesis de que mensajes subliminales influyen en el consumidor, o la idea de que la adolescencia es un período turbulento (Lilienfeld et al., 2010) son todas ellas tesis derivadas de la propia psicología académica. Otros mitos atacados son en realidad puntos de vista psi alternativos o críticas provenientes de estas mismas ciencias psi o de disciplinas adyacentes. Véase por ejemplo el presunto mito de que las pruebas de inteligencia “están sesgadas en contra de ciertos grupos de personas”. Los autores refutan esas críticas al concepto de IQ con el argumento de que, lejos de ser una construcción arbitraria que depende enteramente de cómo elegimos medirla, hay consenso entre la mayoría de expertos sobre lo que es la inteligencia (Lilienfeld et al., 2010). ¿No se podría reformular eso de la siguiente manera: *el coeficiente intelectual no es una construcción arbitraria, porque la mayoría de nosotros decimos que no lo es...*? Al menos aquí la separación entre la psicología académica y la psicología popular es dudosa. Eva Illouz habla a este respecto de una continuidad entre la psicología profesional y popular (Illouz, 2008, p. 7) observando que ambas abordan el Yo con metáforas y narrativas similares (Illouz, 2008, p. 13).

¿No debemos concluir, en este sentido, que la psicología no puede evitar penetrar la vida cotidiana, y que ese es, además, el medio mismo a través del cual se constituye como disciplina? Tal vez por eso el propio presidente de la APA, George Miller, abogó por “dar” la psicología a la gente (“to give psychology away”, Miller, 1969), un llamamiento repetido por su posterior sucesor Ronald Levant, que aboga por convertir la psicología en “una palabra doméstica” (Levant, 2007). La razón de ser de la psicología es ocupar el campo presupuesto a los profanos. Carl Rogers, por ejemplo, expresó su esperanza “de que las personas sin interés particular en el ámbito del asesoramiento y la psicoterapia experimentarán que los aprendizajes emergentes en este campo fortalecerán su propia vida” (Illouz, 2008, pp. 13-14). En resumen, la praxis principal de la psicología es propagarse, es psicologizar: la psicología académica es psicología popular.

El punto esencial de todo esto es que la psicología, por falta de un modelo propio (tanto en la teoría como en la praxis), tiene que coger prestados sus paradigmas de otro lugar, y el fundamental de estos paradigmas prestados, se puede argumentar, es la escolarización y la educación (De Vos, 2012). Por lo tanto, como la psicología es igual a la psicoeducación e instruye a sus sujetos en las teorías de la psicología, el salto a la autoayuda y la psicología popular se da rápidamente. No debe sorprender entonces que la psicología popular esté a su vez profundamente saturada por el paradigma educativo. La autoayuda es cuestión de deberes, de tareas escritas y, según Norcross, de “recopilación de información y conocimiento” (Norcross, 2006, p. 184). Los libros de psicología popular se asemejan, de este modo, a los manuales de psicología: aquel interesado por lo humano vuelve a ser un alumno de psicología.

Esta escolarización de la sociedad puede ser criticada por contaminar los terrenos de la vida cotidiana, la esfera pública, la ciudadanía y, finalmente, la política. Illouz, por ejemplo, se lamenta de que la doctrina terapéutica haya vaciado al sujeto de su contenido comunitario y político y no pueda por lo tanto ofrecernos un modo inteligible de conectar el sujeto privado con la esfera pública (Illouz, 2008, p. 2). Uno podría estar tentado aquí a defender o incluso a tratar de recuperar una esfera pública y privada auténtica y pre-psicologizada. Sin embargo basta con recordar en este caso a Althusser, la diferenciación entre lo público y lo privado es siempre ya ideológica (Althusser, 1971). A

lo que podríamos añadir que la escisión moderna entre lo público y lo privado exigió precisamente la disciplina de la psicología para fundamentar dicha escisión. He aquí el riesgo de que una crítica que intenta rescatar la antigua división público/privado, acaso más auténtica, retome sin saberlo un clásico discurso de psicologización. Por ejemplo, cuando el sociólogo francés Alain Ehrenberg afirma que la cultura terapéutica conduce a un creciente número de casos de depresión (Ehrenberg, 2009), está reafirmando el propio discurso psicológico que critica. Ehrenberg dice finalmente que la psicología es mala para la psique. A su vez, la crítica sociológica en Illouz del *ethos* terapéutico parece necesitar de una vuelta a la noción de "agencia", que ella sitúa ahora en el reino de las emociones (Illouz, 2008, p. 11). Allí Illouz parece defender que, contra las falsificaciones de la psicología *mainstream*, otra psicología es posible. Pero, ¿no está con ello reincidiendo en la lucha de la psicología académica contra la psicología popular?

Los enfoques críticos de la psicología no deben obviar el poder de la premisa psicológica, ya que a menudo son de nuevo inundados por ella. Por otra parte, es esta tenacidad del factor psi (y, para ser francos, su posible inevitabilidad) la que hace que la psicología *mainstream*, y por tanto también la autoayuda y la psicología popular, puedan tan fácilmente incorporar las críticas y neutralizarlas. Gjyri Helen Werp, editora principal de una revista de mujeres noruega con un fuerte enfoque en la autoestima y la superación escribe por ejemplo en un editorial: "no se trata de que todos andemos a vueltas tratando de ser sobrehumanos. Nadie puede ser cualquier otro, pero todos podemos ser mejores" (citado en Madsen & Ytre-Arne, 2012). La psicología popular da aquí muestras de ser una matización, e incluso crítica, de la psicología institucional y sus falsas promesas o consejos coercitivos. De manera similar, el libro de autoayuda de Kristin Neff "Sé amable contigo mismo. El arte de la compasión hacia uno mismo", se reclama como crítica de la cultura de la autoestima:

"La búsqueda incansable de una autoestima sana se ha convertido en una religión tiránica. (...) Por suerte, existe una alternativa a la autoestima sobre la cual muchos expertos consideran que representa un camino mejor y más eficaz hacia la felicidad: la compasión hacia uno mismo. (...) [E]ste libro tiene el poder de cambiar tu vida" (Neff, 2012).

Scott Cherry señala con razón, por tanto, que la crítica fortaleció o incluso impulsó el género de la autoayuda (Cherry, 2008). Aquí, aparentemente, se reúnen la autoayuda, la psicología popular, la psicología *mainstream* y la crítica de la psicología.

Este pequeño recorrido en torno a la autoayuda y la psicología popular, nos enseña cuanto menos que la afirmación de Rimke "en la autoayuda el individuo se convierte en el único pivote ontológico de la experiencia" (Rimke, 2000) es en realidad un principio fundamental de la propia psicología académica. El sujeto psicologizado se convierte, al modo de Von Munchausen, en su propia garantía ontológica, ya que es llevado a ser su propio experto. La máxima de la psicología "esto es lo que eres", no sólo trae a la vida a un plagio, espectral, del sujeto, sino que a su vez crea un observador (un punto de vista superior) desde donde se pueda contemplar e incluso manipular este "homúnculo" psicológico. Por lo tanto, si el argumento foucaultiano (véase a Rimke, 2000) es que la autoayuda es el pináculo del sujeto moderno que se gobierna a sí mismo (en lugar de ser controlado o dirigido por poderes externos), entonces queda claro que en este autogobierno no se trata de devenir aquello que te dicen que eres. Más bien, el refrán de la psicología, *tienes una idea equivocada de lo que eres*, te invita a liberarte de tus falsas auto-concepciones y a superar tu viejo y ficticio Yo. Esto es, con la ayuda del conocimiento experto tú puedes manipular tus propias

cogniciones, sentimientos o creencias. Con la psicología de hecho tú te conviertes en otra persona: te conviertes en el terapeuta/gobernador de tu Yo.

De esta forma el sujeto de la psicología está llamado en realidad a dejar su psique atrás: debes trascender tu nivel psicológico con el fin de poder contemplarlo y manipularlo. Eso es lo que la autoayuda y la psicología popular nos muestran: la psicologización efectuada por las ciencias psi equivale a una *de-psicologización*, o quizás mejor, una *de-subjetivación*. Permítanme que elabore este punto recurriendo una vez más a Rimke. La autora sostiene que los sujetos de la psicología están atrapados por la ilusión de que pueden escapar de las restricciones y regulaciones de las relaciones sociales (Rimke, 2000). El saber de la psicología (popular), por así decirlo, es el escapismo en su más clara expresión. La autoayuda te invitaría así a participar, sobre todo, en pseudo-actividad: rellenar encuestas, completar listados de verificación, hacer tareas o ejercicios prácticos... todo eso con el fin de permanecer pasivo en el campo social, político y, por lo tanto, también en el campo subjetivo. El libro de autoayuda debe persuadirte para que hagas de verdad el ejercicio, reprochándote tu desapego, tu no-compromiso, tienes que participar en la acción, incluso aunque permanezcas ahí de forma crítica o cínica (véase Renata Salecl, 2009). Dicho de otro modo, la autoayuda y la psicología popular movilizan al sujeto, y al mismo tiempo efectúan una expulsión de éste en su dimensión socio-política. En este sentido podemos entender la afirmación de Rimke sobre la autoayuda como, sobre todo, “reglas sociales, y no psicológicas, de conducta”, fetichizando y glorificando “el individuo liberalizado y psicologizado” (Rimke, 2000, p. 70). Aquí la autoayuda pone al descubierto que las ciencias psi como tales están lejos de concernir al sujeto y su psique, en tanto que conciernen a la construcción de la figura del “individuo psicológico”, solicitando ocupar al sujeto el papel del proto-psicólogo, y bloqueando en él la relación con las circunstancias sociales que lo alienan tanto como lo forman. Cherry describe cómo el libro de autoayuda se dirige al lector progresando textualmente del *ellos*, por el *nosotros*, al *tú* (Cherry, 2008), véase por ejemplo la típica frase *tú eres importante*.⁴ Por tanto *ellos* y *nosotros* desaparecen y el aislado, idiosincrático, y finalmente vacío, *tú* permanece.

Pero si la autoayuda y la psicología popular muestran que no hay psique en psicología, ¿no nos muestran a su vez que la psicología no tiene conocimientos? Cherry señala por ejemplo que el lector debe darse cuenta de que la lectura y el conocimiento no son suficientes; finalmente, cada libro de autoayuda priva de valor a su propio contenido e insta al lector a buscar las respuestas en sí mismo (Cherry, 2008). Al igual que en la llamada “sociedad del conocimiento”, el conocimiento se convierte en superfluo, o más aún, en redundante: todo gira en torno a las capacidades y habilidades. Por lo tanto se puede decir que los manuales de autoayuda deconstruyen el saber de las ciencias psi. Aquí el drama de éstas se manifiesta: *dar la psicología a la gente* hace patente su propio vacío, esto es, la psicología no tiene nada que ofrecer. Los tiempos de las psicologías que ofrecían un imaginario psicológico barroco han pasado: en vez de todo tipo de complejos, elaboradas tipologías y debates acalorados entre las diferentes escuelas psicológicas opuestas, ahora tenemos un consenso aproximado sobre una serie limitada de conceptos planos. Es decir, la psicología de hoy se maneja con poco más que nociones-base como *cogniciones*, *emociones* o *comportamientos*. Y de todo ello la psicología no reclama realmente un saber, pues los conocimientos verdaderos son “terciarizados” a las neurociencias. Ahora son ellas las que tienen el saber y quieren compartirlo con nosotros. Pero,

⁴ Sobre el uso discursivo de la apelación directa, consúltese (Kress & van Leeuwen, 1999).

¿seguimos en el mismo esquema, con las neurociencias exigiendo que adoptemos la perspectiva neuro para vernos a nosotros, a lo demás y al mundo a partir de ella?

La autoayuda neurocientífica

Para abordar el giro neurológico y analizar cuál es la posición de tal saber, empecemos por la siguiente pregunta: ¿implica dicho giro un cambio en el campo de la autoayuda y la psicología popular? Porque, si el cariz científico de la psicología nunca deja de cuestionarse, la demanda neurocientífica de basarse en datos objetivos y firmes parece llevarnos a un nuevo terreno. Proclamada como verdadera ciencia, la neurociencia no tendría que poner en escena su propia deconstrucción con el fin de (pseudo)empoderar al profano. Por otra parte, con la neurociencia el interior podría volver otra vez al *interior* y lo privado renovarse como *privado*: la neurociencia trae la psique de vuelta adentro, esto es, está en tu cerebro. De tal modo, la autoayuda neurocientífica podría evitar los puntos muertos de la autoayuda psicológica. Es decir, si Yo (*Me*) y “mí mismo” (*Self*) eran una extraña pareja, Yo y “mi cerebro” parece, a primera vista, un acoplamiento menos problemático: el Yo blando y volátil es intercambiado con el duro cerebro material.

Sin embargo, aquí las cosas empiezan de nuevo a complicarse, el cerebro no es exactamente “duro”; los neurocientíficos actuales consideran al cerebro como una entidad maleable y plástica. Desde este punto es más sencillo el paso al “cerebro entrenable”, tal como lo denomina Brenninkmeijer: el cerebro que debe ser trabajado con una nutrición especial, con deportes y juegos, con máquinas de luces-y-sonidos, con aparatos estimuladores eléctricos o magnéticos (Brenninkmeijer, 2010). De este modo parece que la neuro-autoayuda, no es más que, después de todo, viejo vino en odres nuevos: la amplia variedad de populares recursos (semi)comerciales y (semi)académicos ofreciendo ejercicios, dispositivos o incluso medicamentos alternativos para equilibrar o estimular tu cerebro, pesca en los mismos ríos revueltos que la autoayuda psicológica. O como dice Steven Poole, la neuro-autoayuda es “autoayuda blindada bajo ciencia dura” (Poole, 2012). Y al igual que la psicología popular ahora tenemos ‘neurología popular’ y ‘neuro-mitos’ que tienen, por supuesto, una gran necesidad de ser desenmascarados.⁵

Acaso quizás se pueda discernir un cambio mínimo en el hecho de que la neuro-autoayuda, a primera vista, pide menos pseudo-hiperactividad que su predecesor psi: en tanto que se da entrada a hechos químicos y eléctricos, la modificación de conducta se convierte en una cuestión más pasiva. De este modo la neuro-autoayuda parece implicar una movilidad ascendente en la lógica capitalista de la autoayuda: en lugar de ser el obrero que trabaja duro sobre su Yo, ahora puedes ser accionista de tu propio cerebro, permitiendo que el sonido, las luces, las ondas o los productos químicos hagan el trabajo: solo tienes que recoger la plusvalía. Sin embargo, muchos autores señalan que “recablear tu cerebro” (como afirma el título de Arden, 2010), no es tan fácil. Por ejemplo, en el caso de la adicción (drogas, juegos de azar...), escribe Arden, es difícil ir a contracorriente del *nucleus accumbens* o centro de placer (Arden, 2010, p. 8). Recablear tu cerebro requiere esfuerzo, sin embargo, si perseveras, las cosas se irán logrando con un esfuerzo cada vez menor: “Tras la consecución de un nuevo comportamiento, pensamiento o sentimiento, se requerirá menos energía para mantenerlo en

⁵ Véase, por ejemplo, la página web de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) dedicada a la desacreditación de neuro-mitos en la educación: <http://www.oecd.org/edu/ceri/neuromyths.htm>.

marcha” (Arden, 2010, p. 19). O, finalmente, tus inversiones iniciales se verán recompensadas. Si se puede afirmar que la autoayuda y la psicología popular han servido al capitalismo, la neuro-autoayuda parece ofrecer la justificación para las últimas modalidades, más flexibles y etéreas, de la producción y el consumo.

Pero si las paradojas de la fórmula *yo trabajo en mí mismo* de la autoayuda psicológica, aunque problemáticas, todavía podrían ser mantenidas más o menos bajo control (*yo y mí mismo* pueden ser considerados como dos partes diferenciadas de una misma psique), esta paradójica mono-dualidad no puede sino manifestarse más claramente en el giro neurológico. Brenninkmeijer por ejemplo, sostiene que la idea de la persona trabajando en su cerebro implica una distinción paradójica entre el Yo y el cerebro (Brenninkmeijer, 2010).

Para analizar esto más a fondo, puede ser fructífero situar esta mono-dualidad en un triángulo económico; de manera que tendríamos (1) Yo (el empresario); (2) el cerebro (los recursos materiales) y (3) mí mismo (la mercancía producida de la subjetividad). Veamos más de cerca uno a uno los tres vértices del triángulo, comenzando por el último. Está claro que en la autoayuda neurocientífica la plusvalía se tiene que realizar en el campo del Ser y la subjetividad. O como el libro “Recablea tu cerebro” (*rewire your brain*) dice: “El libro te guiará a través del proceso de recablear tu cerebro para que puedas cambiar tu vida” (Arden, 2010). Así, el giro neurológico en la autoayuda, pero también el más amplio en la psicología y las ciencias humanas, atestigua cómo en los modos de producción post-fordista la subjetividad misma se ha convertido en la mercancía central y en el modo principal de generar plusvalía. El paradigma “*entrena tu cerebro*” está perfectamente alineado con la producción directa de la subjetividad y las relaciones sociales en los modos de producción y consumo post-fordistas.

Es el segundo vértice del triángulo donde se realiza el desplazamiento desde el paradigma psi hacia el paradigma neuro: la pregunta es ahora si es aquí donde hay que situar la materialidad. Pues el giro neurológico resulta ser paradójicamente un giro virtual. El cerebro no sólo reside, sobre todo, en los escaneos cerebrales (el cerebro es un icono digital) sino que además se abre al espacio virtual: cuando lo que experimentas, piensas o sientes no es más que impulsos eléctricos y reacciones químicas, la realidad recibe otro estatus o, incluso, se redobla. Cuanto menos debemos preguntarnos por qué el discurso neurológico actual es co-originario con la inmaterialización y virtualización de nuestro mundo cotidiano, donde el sujeto se mueve primordialmente a través de entornos virtuales como Facebook, Twitter o los juegos *online*.

Por lo tanto la cuestión de la materialidad es crucial para un enfoque crítico con el giro neurológico contemporáneo. En tiempos del paradigma psi, la autoayuda y la psicología popular, Theodor W. Adorno tenía razón al declarar: “La negación de la verdad objetiva mediante el recurso a la subjetividad, implica la negación de esta última” (Adorno, 1978, p. 63). En esta cuestión el punto clave no era negar la psique o lo subjetivo, sino buscar otro lugar/enfoque de y para el sujeto. Como dice Ian Parker: “tenemos que desarrollar una respuesta a los problemas sociales que trabaje en la interfaz de lo personal y lo político en lugar de pretender que la sociedad sea algo separado de nosotros” (Parker, 1999, p. 104). Sin embargo, a la luz del giro neurológico, quizá necesitemos reformular a Adorno de la siguiente manera: *el (supuesto) dominio total de la verdad objetiva y de lo que es considerado como material mediante el recurso a la subjetividad, implica la mercantilización total de esta última* (véase el tercer vértice). Por lo tanto, hoy en día la tarea fundamental es

desarrollar una respuesta a los problemas sociales mediante un redireccionamiento del materialismo. Es decir, tenemos que realizar una crítica del giro neurológico argumentando que las teorías y prácticas sobre el cerebro hoy dominantes están muy lejos de un enfoque verdaderamente materialista: lo que se pierde aquí es la interfaz de lo personal y lo material. Por ejemplo, se puede afirmar que el reduccionismo de las neurociencias no puede ser un reduccionismo exitoso porque siempre se pierde en explicaciones psicologizadas que minan el materialismo reclamado (De Vos, 2014). Quizás el TDAH (trastorno por déficit de atención con hiperactividad) sea el mejor ejemplo: al fin y cabo es un concepto *psicológico* sin ninguna causa probada neurológica o material.

Se podría argumentar que el primer vértice de nuestro triángulo proporciona una alternativa crítica para pensar lo material. Porque, ¿no es el Yo algo que después de todo sobrevive al giro neurológico? Eso es lo que la autoayuda neurocientífica nos muestra, pero también se puede apreciar a partir de las propias neurociencias académicas: lo que resta es un Yo al modo de un “nivel cero de subjetividad”, situado más allá tanto de su cerebro como de su psicología (el Ser, la subjetividad). Parece entonces un núcleo “duro” que se escapa al vórtice neurologizante y virtualizante: a pesar de su deconstrucción por las teorías neurocientíficas y los escaneos experimentales, el Yo insiste y siempre vuelve, aunque en formas no siempre reconocibles.⁶ Aquí podemos conectar con la tradición marxista, comprendiendo cómo lo supuestamente inmaterial (por ejemplo, el carácter fetichista del dinero) tiene efectos muy tangibles y materiales en el ámbito social, económico y político. Cuanto menos, una crítica de las psiconeurociencias contemporáneas debe referirse así a una crítica de la materialidad y oponerse a la naturalización actual de la subjetividad que en verdad equivale finalmente a una virtualización y mercantilización del “nivel cero de subjetividad” en el capitalismo tardío.

El Big Data y el nudge

En resumen, no solo la autoayuda y la neuropsicología popular, sino también las ciencias neuropsi mismas, crean un “agente” separado ontológicamente de sí mismo, el cual ocupa un lugar, una perspectiva, desde donde se contempla a sí mismo como objeto. En el giro neurológico dicho agente se ha materializado (o pseudo-materializado, a mi modo de ver) en el cerebro. Este esquema es potenciado por los procesos de psicologización y neurologización, los cuales interpelan al profano desde el saber neuropsi, al tiempo que se oculta en el proceso la aparición de un *sujeto del saber*, de tal modo que, como en las “ilusiones objetivas” de Marx, se puede situar ahí otra materialidad, una materialidad descentrada.

Pero, como ya he mencionado en la introducción, ¿no estamos por otro lado ahora “más allá del sujeto del saber”? Con el *Big Data* y el *nudge*, el sujeto ya no tiene que saber ni tiene tampoco que manipular su propia conducta: simplemente es la base para los datos a partir de los cuales dejarse

⁶ Por ejemplo, el famoso experimento de Benjamin Libet (1996) que demostraría aparentemente el libre albedrío, es construido, como bien ha afirmado Daniel C. Dennett (1991), sobre el supuesto implícito de una “agencia” cerebral. Pero se puede observar que incluso Dennett, y con él también autores como Thomas Metzinger (2003), no logra un deconstructivismo total del Ego: en varios puntos él mismo evoca sin saberlo un Ego Cartesiano (el último está espantando [¿?¿?]) por ejemplo en el concepto Dennettiano de “celebridad cerebral” (véase De Vos, 2009).

conducir su propio comportamiento. Quedaría entonces por ver si el giro digital realmente señala el fin de la (neuro)psicologización, el fin del sujeto del saber, del saber en sí, y, por lo tanto, de la crítica.

Echemos un vistazo más de cerca a la presunta desaparición del sujeto del saber. El *Big Data* piensa en el lugar del sujeto, o mejor, el *Big Data* no piensa, sino que recoge y procesa datos. El sujeto humano en sí no tiene necesariamente acceso a sus propios datos, estos se pueden extraer de él sin que el sujeto los conozca o reflexione sobre ellos. El *Big Data* recoge sus datos, por ejemplo, a partir de sus búsquedas en internet, por las fotos que manda en Instagram, por sus pagos electrónicos, y quizás en un futuro, sus datos corporales sean registrados por microchips implantados en el propio cuerpo y conectados a la web: el internet de las personas.

Todos estos datos constituyen *un saber sin sujeto*. No solo no hay un sujeto al lado de las personas de las cuales son extraídos los datos (pueden producir datos de forma totalmente pasiva), sino tampoco al lado del *Big Data*, en último caso no hay nadie al volante. En las prácticas del *nudge* por ejemplo los datos son utilizados de forma pragmática para influir y ajustar el comportamiento; no se requiere de la reflexión de una agencia o un sujeto para dar forma y dirigir la vida de los humanos. Bastan algunos algoritmos para recoger y procesar datos con el fin de manejar el comportamiento. Por ejemplo: muchas páginas web utilizan ahora la estrategia de los llamados *test A/B*: se les muestra una página con un cambio a un grupo de usuarios, y otra página a otro grupo sin dicho cambio; se esboza a partir de aquí el impacto en el rendimiento de la página y se hacen ajustes automáticamente. Incluso la configuración de los cambios del test A/B se puede hacer de manera automática: los algoritmos los idean, ninguna instancia humana, ni siquiera *un saber* tiene que estar implicado.

Esto, al parecer, es el fin de *la Sociedad del conocimiento*⁷: tu Yo, tus pensamientos, tus conocimientos, son entregados al mundo digital. Y, de esta manera, uno se convierte a sí mismo en datos mercantilizables: cuando se renuncia al imperativo kantiano de atreverse a saber, el sujeto se convierte en *clickbait*: produce los propios datos que van a dirigir su comportamiento y su consumo.

Pero aquí es importante resistir la tentación de un anhelo nostálgico de los tiempos pre-digitales donde supuestamente el saber todavía era nuestro, donde había todavía espacio para el sujeto. De entrada, se puede argumentar que el saber nunca fue del sujeto: incluso cuando Kant apeló al humano a saber por sí mismo, la referencia a la razón instaló de inmediato a las ciencias modernas en la nueva posición última de autoridad. El sujeto moderno en sí no sabe, sino que es sabido por las ciencias: las ciencias saben en su lugar. El humano moderno ya no tenía que ser el *homo universalis*: tenía la enciclopedia de Diderot y D'Alembert. A su vez, el humano posmoderno tiene internet, Wikipedia y la neurociencia, con el mensaje tranquilizador de esta última: está bien no saber; nuestro cuerpo sabe, nuestros genes saben, nuestras sinapsis saben...

Por otra parte, el problema de querer volver a los tiempos pre-digitales, de acabar con la mediación del mundo digital y volver a la "vida real", ¿podría albergar un deseo que, como tal, impulsa hoy el propio giro digital! *¡Quitemos la red, seamos parias digitales auto-determinados! No al Facebook, no al SmartPhone, no a los implantes neuronales: ¡que no se puedan extraer datos de nosotros! La*

⁷ Sin embargo, por supuesto, la idea misma de una sociedad del conocimiento ya albergaba en sí misma el planteamiento de que el conocimiento es redundante, pues el foco ya había cambiado desde el conocimiento hacia las capacidades y habilidades.

paradoja de este tipo de resistencia no sólo es que se tendrá que hacer a través de Internet, sino que además este anhelo de estar más allá de los datos y volver al mundo real es exactamente el que impulsa los discursos digitales mismos. Facebook, por ejemplo, nos promete relaciones sociales genuinas y fáciles, es decir el contacto humano directo que (supuestamente) hemos perdido en estos tiempos posmodernos. O pensemos en Google alegando que sus *Google Glass* eliminarán ni más ni menos que la mediación tecnológica, llevándonos más cerca de la realidad: "Las *Google Glass* te siguen dando acceso a la tecnología que te gusta, pero no te sacan del momento."⁸

Pero si está claro que este anhelo de lo no-mediado está infestado por la mediación, la pregunta es: ¿qué tipo de mediación es realmente movilizada por el giro digital y el *Big Data*? Consideremos los algoritmos utilizados en muchos diarios digitales y sitios web similares para tratar de atraer tráfico y desviarlos al comercio *online*. Estos sitios son constantemente adaptados y personalizados en base a los datos de los usuarios. ¿Significa esto que, según cómo entremos en contacto con la información, hay hoy más espacio para el sujeto y sus particularidades? Pero la cuestión en verdad es, ¿qué sujeto, o mejor, qué persona es movilizada aquí? ¿Cómo es perfilada? ¿Cuáles son los algoritmos para hacerlo? Por supuesto, aquí es donde entran las teorías y la mediación, ¿y no está ésta aquí conectada, además de con los imperativos comerciales, con el discurso de las ciencias neuro-psi? Pensemos en cómo Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, dice literalmente: "Lo que realmente interesa [a la gente] es lo que pasa con las personas que son importantes para ella. [Facebook es] además de tecnología, también psicología y sociología." (Larson, 2011). De esta forma la digitalización, como una forma de traducción, parece pasar por la psicología. Y ahí los datos ya no son a-teóricos, están contruidos por medio de las teorías psi.

Tomemos otro ejemplo, la idea de Ray Kurzweil según la cual será pronto posible subir el cerebro a un ordenador. No sería entonces la pregunta adecuada para hacerse, ¿qué es exactamente lo que cargaríamos y cómo íbamos a hacerlo? De nuevo tenemos aquí de vuelta a la mediación en la forma de teorías psicológicas. Tal vez se tendría la opción: ¿a través de qué algoritmo quiere usted ser cargado, por el algoritmo freudiano o por el pavloviano? En cierta ocasión que saqué este tema en una clase de psicología, un estudiante exclamó sin dudar: "¡Oh, definitivamente no uno freudiano!"

La conclusión es: el saber y las teorías siguen implicadas en el *Big Data*, este último no está más allá de la teoría, a pesar de las afirmaciones en ese sentido (véase por ejemplo a Anderson, 2008). Es por ello que todavía hay un lugar para una psicología crítica, o tal vez mejor, un lugar para una crítica de las ciencias neuropsi.

Pero si hay saber y teoría en el lado del Gran Otro, ¿qué pasa entonces en el lado de la persona humana, en el lado del sujeto? Yo sostengo que tampoco la persona está totalmente divorciada de los conocimientos en el proceso de digitalización, ni escindida de su deseo de conocer. Todavía nos gusta saber, pero aquí viene la paradoja: nos encanta saber lo poco que sabemos: nos encanta saber que el conocimiento está en otra parte, con el Gran Otro. Por supuesto, este *placer de saber que el saber no es nuestro* ya estaba en vigor con los procesos de psicologización y neurologización: nos encanta saber por ejemplo que nuestro cuerpo o nuestro cerebro sabe. Hace un tiempo tuve un accidente de bicicleta que terminó con mis costillas severamente magulladas. Le dije al doctor que no podía estornudar y que esto era muy doloroso: cuando un estornudo venía, éste era abortado

⁸ Véase: <http://youtu.be/JpWmGX55a40>

cerca de su finalización. El doctor me dijo con mucho entusiasmo: su cuerpo no le permite estornudar, sabe que esto podría empeorar la lesión. El encontró esto muy interesante, yo también, y ambos contemplamos el saber de mi cuerpo, aunque después de un tiempo mi dolor me recordó la verdadera cuestión en juego.

¿Cómo entender este placer, el placer de saber que el saber real no es nuestra responsabilidad? Estamos ante la misma cuestión en el ámbito del *Big Data*: William Davis habla de un cierto encanto: cuando aprendemos por ejemplo cómo Facebook utiliza y cambia sus algoritmos y cómo todo esto manipula nuestra experiencia de nosotros mismos y de nuestras relaciones sociales, estamos sorprendidos, pero también intrigados y encantados. Davis escribe "el desconocimiento sublime del *Big Data* hace que nos enamoremos de nuestra propia dominación" (Davies, 2015). Tomando prestado un término de Slavoj Žižek (2000) se podría hablar de una "fascinación impotente"⁹: el *Big Data* y el *nudge* son temas candentes en los medios, nos fascina que nos dirijan, que nos den empujoncitos y nosotros "no saber" "~~sin que sabemos~~". Entre comillas porque en realidad sí sabemos, pero este saber no tiene ningún efecto, es un saber impotente.

Y aquí, de forma un tanto sorprendente, tendría que invocar a la "bruja de la metapsicología" (como la denominó Sigmund Freud), es decir, tengo que recurrir a una teoría de la psique (siempre inevitable cuando uno se dedica a una crítica del complejo-psi): nuestro conocimiento, nuestra fascinación es impotente, precisamente porque está llena de placer, o en terminología lacaniana, llena de goce (*jouissance*): *¡fíjate cómo somos, nosotros o nuestros cerebros, engañados y manipulados! ¡Increíble, no?* Mi hipótesis es: este es el goce con el que somos sobornados por el *Big Data* y libidinalmente atados a lo que nos reduce a ser su objeto. Para hacer frente a este goce y para movilizar esta impotencia, tal vez deberíamos hacer lo que Lacan llama "atravesar la fantasía". Y mi segunda hipótesis es: aquí es donde tenemos que hacer frente una vez más a la psicologización y a la neurologización, pues éstas forman la columna vertebral de la digitalización.

Concluimos con un intento en esta dirección: ¿por qué estamos tan fascinados por nuestro presunto diseño neuropsicológico, responsable de que seamos tan fácilmente engañados por el *Big Data*? ¿No da ello testimonio de que estamos ya en realidad fuera o más allá de nuestra propia neuropsicología? ¿No es esta la razón por la que la inteligencia artificial es tan atractiva y, para algunos también, tan amenazante? ¡Porque nos muestra cómo nuestra propia inteligencia es siempre ya artificial! En lo artificial nos reconocemos. Nuestra búsqueda de humanizar los ordenadores, por lo tanto, quizás esconda nuestro propio deseo de ser más humanos, quizás revele nuestro propio ser extra-humano y nuestro anhelo de pertenecer y conectar con lo verdaderamente humano. Y si resulta que las ciencias neuropsi son un recurso central para los teóricos de la IA —en la misma manera en que las teorías neuropsi impulsan los algoritmos del *Big Data*— esto no debería ser una sorpresa: la psicología, y después de ella la neurociencia, han sido siempre el recurso central en la modernidad para (re)conectarnos con (los fantasmas de) el "mundo real" y nuestro "verdadero yo".

[BUSCAR EDICIONES EN ESPAÑOL]

Adorno, T. W. (1978). *Minima moralia*. London: Verso.

⁹ Žižek escribe en relación con "El Castillo" de Kafka: "...la única postura que el sujeto puede asumir hacia este otro (de la corte, de la burocracia del Castillo) es la de la fascinación impotente..." (Žižek, 2000, p. 254).

- Althusser, L. (1971). Ideology and Ideological State Apparatuses (Notes towards an investigation) *Lenin and Philosophy and Other Essays*. London: New Left Books.
- Anderson, C. (2008). The end of theory: The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete. *Wired magazine*, 16(7), 16-07.
- Arden, J. B. (2010). *Rewire your brain: Think your way to a better life*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Brenninkmeijer, J. (2010). Taking care of one's brain: how manipulating the brain changes people's selves. *History of the Human Sciences*, 23(1), 107-126.
- Bröckling, U. (2005). Gendering the enterprising self: Subjectification programs and gender differences in guides to success. *Distinktion: Scandinavian Journal of Social Theory*, 6(2), 7-25.
- Cherry, S. (2008). The ontology of a self-help book: A paradox of its own existence. *Social Semiotics*, 18(3), 337-348.
- Davies, W. (2015). The Data Sublime. *The New Inquiry*. Retrieved from <http://thenewinquiry.com/essays/the-data-sublime/>
- De Vos, J. (2009). On cerebral celebrity and reality TV. Subjectivity in times of brain-scans and psychotainment. *Configurations*, 17(3), 259-293.
- De Vos, J. (2012). *Psychologisation in times of globalisation*. London: Routledge.
- De Vos, J. (2014). Which materialism? Questioning the matrix of psychology, neurology, psychoanalysis and ideology critique. *Theory & psychology*, 24(1), 76-93.
- Dennett, D. C. (1991). *Consciousness explained*. Boston, MA: Little Brown.
- Ehrenberg, A. (2009). *The weariness of the self: Diagnosing the history of depression in the contemporary age*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Foucault, M. (2003). *Historia de la sexualidad, vol. I: "La voluntad de saber"*. Madrid: Siglo XXI.
- Foucault, M. (2006). ¿Qué es la crítica? (Crítica y Aufklärung). In J. de la Higuera (Ed.), *Sobre la Ilustración* (pp. 3-52). Madrid: Tecnos.
- Hazleden, R. (2003). Love Yourself The Relationship of the Self with Itself in Popular Self-Help Texts. *Journal of Sociology*, 39(4), 413-428.
- Illouz, E. (2008). *Saving the modern soul: Therapy, emotions, and the culture of self-help*. Berkeley, Calif.: University of California Press.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (1999). Representation and interaction: Designing the position of the viewer. In A. Jaworski & N. Coupland (Eds.), *The discourse reader* (pp. 377-404). London: Routledge.
- Larson, C. (2011). Mark Zuckerberg speaks at BYU. *Deseret News*. Retrieved from <http://www.deseretnews.com/article/print/700121651/Mark-Zuckerberg-speaks-at-BYU-calls-Facebook-as-much-psychology-and-sociology-as-it-is-technology.html>
- Levant, R. F. (2007). Making psychology a household word. *The Psychologist*, 20(6), 366-367.
- Levrouw, F., & Stevens, V. (2007). Theoretische onderbouwing van het gebruik van zelfeducatie aan de hand van een zelfbeoordelingstest en van advies op maat als verdieping van de Vlaamse campagne "Fit in je hoofd – goed in je vel": Vlaams Instituut voor Gezondheidspromotie.
- Libet, B. (1996). Commentary on 'Free will in the light of neuropsychiatry'. *Philosophy, Psychiatry, and Psychology*, 3(2), 95-96.
- Lilienfeld, S. O., Lynn, S. J., Ruscio, J., & Beyerstein, B. L. (2010). *50 grandes mitos de la psicología popular: las ideas falsas más comunes sobre la conducta humana*. Barcelona: Ediciones de Intervención Cultural.
- Madsen, O. J., & Ytre-Arne, B. (2012). Me at My Best: Therapeutic Ideals in Norwegian Women's Magazines. *Communication, Culture & Critique*, 5(1), 20-37.
- Metzinger, T. (2003). *Being no one: The self-model theory of subjectivity*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Miller, G. A. (1969). Psychology as a means of promoting human welfare. *American psychologist*, 24(12), 1063-1075.
- Neff, K. (2012). *Sé amable contigo mismo. El arte de la compasión hacia uno mismo*. Barcelona: Ediciones ONIRO.
- Norcross, J. C. (2006). Integrating self-help into psychotherapy: 16 practical suggestions. *Professional Psychology: Research and Practice*, 37(6), 683-693.

- Parker, I. (1999). Deconstructing diagnosis: psychopathological practice. In C. Feltham (Ed.), *Controversies in Psychotherapy and Counselling* (pp. 104-112). London: Sage.
- Parker, I. (2010). *Lacanian psychoanalysis. Revolutions in subjectivity*. London: Routledge.
- Poole, S. (2012). Your brain on pseudoscience: The rise of popular neurobollocks. *The New Statesman*, (September 6, 2012). Retrieved from <http://www.newstatesman.com/culture/books/2012/09/your-brain-pseudoscience>
- Rasmussen, E., & Ewoldsen, D. R. (2013). Dr. Phil and Psychology Today as Self-Help Treatments of Mental Illness: A Content Analysis of Popular Psychology Programming. *Journal of health communication*, 18(5), 610-623.
- Rimke, H. M. (2000). Governing citizens through self-help literature. *Cultural studies*, 14(1), 61-78.
- Rose, N. (1990). *Governing the soul: The shaping of the private self*. New York - London: Routledge.
- Whitbourne, S. K. (2012). Five Things You Need to Know About Self-Help Books. *Psychology Today*. Retrieved from Psychology Today website: <http://www.psychologytoday.com/blog/fulfillment-any-age/201205/five-things-you-need-know-about-self-help-books>
- Willaert, K., & Van den Brande, I. (2008). Valideringsstudie Vlaams publiekscampagne „Fit in je hoofd“. Validiteit en betrouwbaarheid van de zelfbeoordelingstest: ISW Limits.
- Žižek, S. (2000). Da Capo senza Fine. In J. Butler, E. Laclau & S. Žižek (Eds.), *Contingency, hegemony, universality: contemporary dialogues on the left* (pp. 213-262). London: Verso.
- Žižek, S. (2003). Today, Iraq. Tomorrow... Democracy. (March 18). Retrieved from http://inthesetimes.com/article/565/today_iraq_tomorrow_democracy