



DISCURSO

& SOCIEDAD

Copyright © 2023
ISSN 1887-4606
Vol. 17(2) 298-318
www.dissoc.org

Artículo

**El ganador se lo lleva todo: ideología y
responsabilidad en el discurso del éxito
neoliberal**

*The winner takes it all: ideology and responsibility
in neoliberal success discourse*

Emmanuel Godínez-Burgos
Tecnológico de Monterrey, México

Resumen

El presente artículo examina el problema de la responsabilidad en el discurso del éxito dentro del neoliberalismo. Para ello, se toma como objeto de análisis el discurso motivacional de Jordan Belfort. El análisis usa el concepto crítico de ideología propuesto por Thompson (2002), centrándose en la racionalización y la naturalización como estrategias de operación ideológica. Así, se evidencia el universo moral simplificado de ganadores y perdedores del neoliberalismo: un régimen en donde las circunstancias sociales no juegan ningún papel al momento de explicar el éxito y el fracaso del sujeto, reduciendo la desigualdad social a una cuestión de voluntad individual.

Palabras clave: *ideología, éxito, discurso del éxito, neoliberalismo, responsabilidad.*

Abstract

This article examines the problem of responsibility in the discourse of success within neoliberalism. With this purpose in mind, the motivational speech by Jordan Belfort is taken as the object of analysis. The analysis uses the critical concept of ideology proposed by Thompson (2002), focusing on rationalization and naturalization as strategies of ideological operation. Thus, the simplified moral universe of winners and losers in neoliberalism is made evident: a regime in which social circumstances do not play any role when explaining the success and failure of the subject, reducing social inequality to a matter of individual will.

Keywords: *ideology, success, success discourse, neoliberalism, responsibility*

Introducción

El discurso del éxito encuentra en los textos de autoayuda y *management* poderosos vehículos para la transmisión de normatividades que orientan la práctica de los sujetos. Una cuestión en la que estos textos concentran sus consejos es en la responsabilidad del individuo frente al éxito o, en su defecto, ante el fracaso. Según lo estipulado en los diversos mantras¹, el individuo es quien debe alcanzar el éxito mediante un accionar decidido. En caso de obtenerlo, podrá regocijarse con los frutos de su esfuerzo; por el contrario, si el desenlace de su proyecto lo conduce al fracaso, deberá responsabilizarse de ello, puesto que, sin importar las condiciones materiales, emocionales o sociales en las que se encuentre, solo el individuo puede ser señalado por sus errores y omisiones.

El presente artículo examina el problema de la responsabilidad en el discurso del éxito mediante el estudio de sus formas simbólicas. Para ello, el análisis se centra en el autor y conferencista Jordan Belfort, conocido como “El lobo de Wall Street”, y sus afirmaciones relacionadas con el papel de la responsabilidad individual en la búsqueda del éxito. La tesis que se busca defender es que el discurso del éxito puede ser calificado de ideológico, al presentar una visión del éxito que sostiene relaciones de dominación. Con ese fin, se utiliza la figura del Belfort como arquetipo de la subjetividad exitosa que se apoya en dicho discurso para legitimar y naturalizar su posición.

El texto está dividido en cinco partes. En las dos primeras se realizan precisiones teóricas para el análisis. La tercera parte establece el contexto de la subjetividad neoliberal y su relación con los discursos de autoayuda y las ideas meritocráticas. En el cuarto apartado se analiza el discurso del éxito, a través de las ideas de Jordan Belfort. La interpretación se centra en las estrategias que utiliza la ideología para legitimarse y cosificar al otro; es decir, los mecanismos por los cuales el discurso del éxito se presenta como justo y aquellos merecedores de las recompensas como poseedores de una naturaleza distinta. Por último, se incluye una breve conclusión sobre el análisis realizado.

Formas simbólicas y discurso del éxito: precisiones conceptuales

Las creencias, normas y subjetividades relacionadas con el éxito se manifiestan en diversos textos, como son la literatura de autoayuda y del *management*, las conferencias que se transmiten a través de redes sociales, las películas que narran historias de individuos que han superado grandes adversidades, entre

otras. Este conjunto de textos que narran, discuten y prescriben las maneras de ser exitoso dentro de una sociedad puede englobarse bajo la noción de forma simbólica, la cual se refiere a la “amplia gama de acciones y lenguajes, imágenes y textos, que son producidos por los sujetos y reconocidos por ellos y por otros como constructos significativos” (Thompson, 2002: 89). El concepto de forma simbólica abarca una diversidad de fenómenos capaces de transmitir significados, “desde las acciones, gestos y rituales, hasta los enunciados, los textos, los programas de televisión y las obras de arte” (Thompson, 2002: 205). De esta manera, al hablar de formas simbólicas del éxito nos referimos al conjunto de textos que transmiten —y, generalmente, prescriben— una serie de normas, creencias y actitudes relacionadas con una particular idea de lo que es el éxito y el ser exitoso en determinada sociedad.

El análisis de las formas simbólicas relacionadas con el éxito debe situarse en el contexto sociohistórico en el que son creadas y transmitidas². Según Thompson, contextualizar las formas simbólicas permite estudiarlas desde la interacción de los sujetos en un campo social y el acceso que tienen estos a los distintos grados de poder, entendido este como “una capacidad otorgada por la sociedad o las instituciones que permite o faculta a algunos individuos para tomar decisiones, perseguir objetivos o consumir intereses” (Thompson, 2002: 90). Entender el poder como la capacidad de agencia otorgada por una sociedad y sus instituciones resulta fundamental para el análisis del éxito, dado que este último se refiere a los sujetos que son admirados por su capacidad para concretar metas relevantes. Así, estudiar el éxito desde el poder es preguntarse por la posibilidad que tienen los sujetos de alcanzar sus metas y ser reconocidos por ello.

Situar el problema del éxito dentro de un contexto y sus relaciones de poder resulta particularmente relevante para discutir el valor que tienen las metas, tanto en las vidas de los individuos como en la esfera de lo social. Buena parte de la literatura filosófica referente a los logros señala que estos son bienes que constituyen, en cierta medida, el bienestar del individuo (e.g., Bradford, 2015b, 2015a; Hurka, 1993; James, 2005; Keller, 2004; Portmore, 2017). En otras palabras, siendo las demás cosas iguales, una vida va mejor si incluye logros. De hecho, se ha argumentado que parte del valor de los logros radica en que estos son una expresión de la voluntad del individuo (Bradford, 2015a). Ahora, si bien puede reconocerse la importancia que tiene la búsqueda de logros en las vidas de los sujetos —además del ejercicio de la voluntad que se da a través de ellos—, al situarlos dentro de un contexto de profunda desigualdad —como es el caso del neoliberalismo—, las metas y objetivos que

los individuos son capaces (o no) de realizar adquieren un significado distinto. Por ejemplo, es posible argumentar que los proyectos de conseguir un nuevo empleo o tener un desempeño laboral excelente califican como logros (son actividades difíciles, representan un reto, no son producto de la suerte, etc.). Sin embargo, al insertarlos en el contexto de explotación laboral y rendimiento del neoliberalismo (Han, 2012), estos objetivos y sus normatividades pueden resignificarse para establecer una relación con la dominación.

Al situar las formas simbólicas del éxito en un contexto sociohistórico determinado —en este caso, el del neoliberalismo— realizamos lo que Thompson (2002) entiende por análisis cultural. Entender las formas simbólicas en sus contextos permite estudiar sus significados y su posible resignificación. Por ejemplo, establecer una guía para el éxito, como es el caso de las múltiples conferencias que se ofrecen en YouTube, tendrá un significado particular una vez que dicho contenido se sitúe en el contexto del régimen neoliberal y sus estructuras de poder. Con esto en mente, por análisis cultural del éxito neoliberal nos referimos al estudio de las formas simbólicas del éxito dentro de las estructuras socioeconómicas del régimen neoliberal.

En este punto, es necesaria una precisión referente a la delimitación del neoliberalismo. Como ha señalado Ferguson (2010), por neoliberalismo pueden entenderse distintas cosas que van más allá de la clásica definición que circunscribe el neoliberalismo a las transformaciones propias de un -ismo político-económico que limita el papel del Estado frente al mercado. Según Ferguson (2010), algunos de los usos del neoliberalismo, además de describir un modelo político-económico, pueden referirse a las políticas gubernamentales de los grupos de poder, a las políticas extractivistas neo-coloniales en regiones como África y Latinoamérica, a un sinónimo de capitalismo tardío o a una particular racionalidad que busca transformar la subjetividad de los individuos dentro de las sociedades contemporáneas del Norte Global. Es esta última perspectiva, relacionada con el trabajo de Michel Foucault (2007) referente a la gubernamentalidad neoliberal, desde donde se plantea el presente análisis. La elección de Jordan Belfort como objeto del artículo se justifica, en parte, porque representa un arquetipo de lo que Foucault (2007) denomina “empresario de sí”: un sujeto para quien todas las esferas de la existencia ofrecen una oportunidad para mejorarse y competir en el mercado.

Esta subjetividad construye y es construida a través del discurso. Consideremos el ejemplo de un conferencista —también llamado *coach*, gurú o *influencer*— que transmite a una audiencia sus consejos para alcanzar la cima. Los aspectos axiológicos y normativos del éxito, es decir, la serie de juicios y

creencias sobre lo que es valorado como exitoso y despreciado como fracasado —y las reglas que se establecen para alcanzarlo— son transmitidos a través de lo que podemos denominar discurso del éxito. Discurso es entendido no solo como una práctica lingüística, sino también como una práctica social que engloba la particular visión que tiene una sociedad sobre el éxito. Este enfoque plantea la relación del discurso con lo social de forma doble: como una construcción de significados que orienta la práctica social pero que, a su vez, es reflejo del contexto social desde el cual es emitido (Fairclough, 2006). Así, el discurso “no solo es una práctica de representar el mundo” sino que, además, es una forma de “darle significado, constituyendo y construyendo el mundo en significado” (Fairclough, 2006: 64). Con esto en mente, podemos entender el discurso del éxito neoliberal como la construcción y conducción de normatividades y valores relacionados con el éxito dentro del capitalismo neoliberal. El discurso del éxito plantea una particular visión del mundo y formas de conducirse en él, construidas a partir de determinadas creencias y relaciones de poder. Con mayor precisión, este discurso busca representar y dar forma a una esfera particular de la experiencia humana: la referente a los logros y el reconocimiento que recibimos por ellos.

La ideología y el estudio del éxito

Esta forma de entender el discurso, que toma en cuenta al poder en su construcción, se enmarca en los estudios del análisis crítico del discurso, para los cuales la cuestión de la ideología es central. En el caso del fenómeno del éxito, se han realizado algunas aproximaciones que lo vinculan con la cuestión de la ideología. Para Gustav Ichheiser (1930, 1943), el orden social se mantiene cuando las recompensas propias del éxito son asignadas a los individuos que las merecen con base en su desempeño. Sin embargo, la ideología del éxito opera al crear una “apariencia” de desempeño, por medio de la cual los sujetos que se muestran como exitosos e industriosos acceden a mejores posiciones sociales, aunque su esfuerzo y su trabajo no los avale. Esta aproximación a la ideología del éxito se ha vinculado recientemente a las relaciones de trabajo bajo el neoliberalismo (Wrbouschek, 2018). Por su parte, Alex Thio (1972) entiende la ideología del éxito en los Estados Unidos como una creencia con funciones sociales claras: 1) motivar las aspiraciones de los individuos en la sociedad y 2) fijar la creencia de una sociedad abundante en oportunidades. Para Thio (1972), la segunda función genera que los individuos se culpen de sus propios fracasos, en lugar de responsabilizar a la sociedad. Por último, para Iutovich (1988), el

éxito como ideología se manifiesta al culpar al individuo por sus éxitos y fracasos. En su visión, el éxito no es una cuestión que pueda reducirse a los logros de los individuos. Es, también, un fenómeno social con funciones sociales de promoción y representación de los valores de una sociedad.

Pese a que, en general, las aproximaciones a la ideología del éxito manejan una concepción epistemológica de la ideología en la que la cohesión social depende de una forma de ilusión o error, esta no es una condición necesaria para el estudio de la dominación. Aunque se han realizado esfuerzos para incluir la condición de falsedad en la ideología (Villoro, 2007), esta última representa una herramienta teórica demasiado restrictiva. Así, la necesidad de establecer la veracidad o falsedad de los enunciados es una condición demasiado fuerte que puede dejar fuera fenómenos que cumplen con una función social de dominio³; pensemos, por ejemplo, en el uso de *X* dato sobre un grupo que, aunque verdadero, se muestra contextualizado de tal forma que fomenta la discriminación del grupo.

Esta limitación epistémica de la ideología ha sido señalada por Sally Haslanger (2017) al describir el “problema de la precisión en la ideología”: las ideologías que logran su cometido no suelen ser falsas, sino que, al ser mecanismos de construcción de la realidad, terminan por “hacerse verdaderas” a través del poder que las sostiene. Por ejemplo, señala Haslanger (2017), las personas en situaciones de pobreza pueden tener mayores dificultades para tener trabajos de tiempo completo, dadas sus condiciones económicas, la lejanía de sus viviendas o su dependencia del transporte público. Ese tipo de datos, que bien pueden ser verdaderos, se utilizan para crear y sostener una situación social injusta.

Asimismo, Thompson (2002) prescinde de la necesidad de establecer una condición de falsedad para la ideología (aunque esta puede darse) y se centra en su función como mecanismo de dominación. Para Thompson, el estudio de la ideología es el estudio de “las maneras en que el significado sirve para establecer y sostener las relaciones de dominación” (2002: 85). Esta definición mantiene su naturaleza crítica y su precisión al asignar el calificativo de ideológico solo a los fenómenos que sirven “en circunstancias sociohistóricas particulares, para establecer y sostener relaciones de dominación” (Thompson, 2002: 85). Esta manera de entender la ideología coincide con la planteada por Fairclough:

Significaciones/constructos de la realidad (el mundo físico, las relaciones sociales, las identidades sociales) que se integran en varias dimensiones de las formas/significados de

las prácticas discursivas, y que contribuyen a la producción, reproducción o transformación de las relaciones de dominación (Fairclough, 2006: 87).

Lo central en esta forma de abordar la cuestión ideológica es la relación que el significado establece con el poder y las desigualdades que persisten a lo largo del tiempo, más que la falsedad de las creencias. Bajo esta perspectiva, la dominación es entendida como una relación en la que “los agentes particulares o los grupos de agentes detentan un poder de una manera durable que excluye, y hasta un punto significativo se mantiene inaccesible, a otros agentes o grupos de agentes, sin tener en cuenta las bases sobre las que se lleva a cabo tal exclusión” (Thompson, 2002: 90). Así, el análisis ideológico del éxito busca estudiar cómo las formas simbólicas del éxito contribuyen a esta exclusión.

Entender las relaciones de dominación desde el significado es clave para el análisis de las formas simbólicas del éxito, en particular aquellas que hablan sobre las posibilidades de acceso a las posiciones más admiradas dentro de una sociedad (i.e., los trabajos con mayor reconocimiento social, los puestos más altos en determinada disciplina, etc.). Además, una vez alcanzadas dichas posiciones, el discurso también trabaja para legitimar a aquellos que las han alcanzado a través de distintas bases del mérito para el éxito. En el caso del régimen neoliberal, la exclusión radica en resumir todo a una cuestión de voluntad, lo que elimina cualquier tipo de suerte circunstancial o constitutiva⁴. Como lo importante para alcanzar el éxito es la determinación que tiene el sujeto, quienes se encuentran en una posición privilegiada aludirán de forma exclusiva al esfuerzo o a sus capacidades como bases del mérito para justificar su éxito. Así, el éxito se encuentra al alcance de quien decide tomarlo.

Antropología neoliberal: ganadores en un mundo desigual

La Modernidad no solo vino a poner al individuo en el centro del mundo, sino también a sus intereses, al naturalizar una particular antropología egoísta en la que la sociedad se compone de un conjunto de sujetos racionales que persiguen sus propios fines. Ahora bien, lo característico de la Modernidad no es solo la creencia en un ser humano egoísta, sino la construcción de un proyecto moral que se rige bajo el criterio maximización de utilidades (Laval y Dardot, 2013). Asimismo, el régimen capitalista conlleva una subjetividad característica, el sujeto productivo, quien no solo produce objetos, sino que “en todos los dominios de su existencia, produce bienestar, placer, felicidad” (Laval & Dardot, 2013: 329). Este sujeto se inserta en nuevas formas de interacción

social específicamente modernas, como es el contractualismo. Mientras que el sujeto premoderno seguía sus intereses bajo un sistema de interacción social y moral basado en relaciones de parentesco, el individuo moderno establece sus obligaciones y responsabilidades a través de una forma de interacción propiamente mercantil, como es el contrato (Sahlins, 2008).

Esta subjetividad mercantil de la Modernidad es llevada al límite en el neoliberalismo, a través de una transformación clave, descrita por Foucault (2007): el paso del *homo economicus* del liberalismo clásico, basado en el intercambio de bienes, al “empresario de sí” neoliberal, una subjetividad basada en la empresa, la competencia y la producción. En el régimen competitivo neoliberal, los bienes deben distribuirse bajo un criterio de eficiencia en el que los distintos actores, sean estos individuos o empresas, se enfrentan entre sí para ofrecer el mejor servicio. Para el neoliberalismo, el mercado es la única institución fiel a la naturaleza humana, debido a que establece reglas de acción en conformidad con su espíritu egoísta. Así, se abandona la visión moderna en la que los deseos son contenidos por un Estado fuerte o una República, para dar paso a la regulación mercantil de los deseos: un sistema en donde pueden competir de forma justa todos los intereses del individuo, quien, además, es capaz de autorregularse bajo el principio de utilidad marginal. La confianza en la eficiencia de dicho sistema es tal que Gary Becker (2018), economista clave del neoliberalismo, llegó a afirmar que instituciones tan diversas como el matrimonio, la justicia, la salud o la educación tendrían un mejor funcionamiento bajo un enfoque economicista. En el neoliberalismo esto no solo es posible, sino que además es deseable.

Aunque en un inicio podría pensarse que un sistema con dichas características competitivas sería difícil de aceptar, este es defendido bajo una particular visión de la justicia que apela a la voluntad del individuo, donde el mercado recompensa a aquellos que han hecho su mayor esfuerzo para invertir en su subjetividad y, con ello, transformarse en ganadores. Así, el neoliberalismo instaura un universo moral simplificado en el que solo existen ganadores y perdedores, con lo que genera una forma de virtud producto de la competencia en una sociedad de riesgo (Escalante, 2019). El hombre nuevo, llamado *hombre empresa o sujeto neoliberal* (Laval & Dardot, 2013), se ve a sí mismo como un individuo egoísta que debe competir bajo un sistema que premia a quienes adoptan los valores mercantiles⁵. Este sistema es calificado por Bourdieu como un “darwinismo moral” que instaura una lucha constante para destacar como ganador (1999: 146). Bajo la perspectiva de un sujeto

racional que maximiza los beneficios, el éxito es la única opción en el juego del mercado.

En la visión neoliberal del mundo, las recompensas de la competencia se otorgan tomando el esfuerzo como base del mérito (i.e., la característica o actividad en función de la cual *X* merece cierto tipo de trato)⁶. Toda recompensa es producto de la suma de la voluntad y el esfuerzo de los individuos, lo que establece un axioma que elimina cualquier tipo de suerte constitutiva y circunstancial: “quien no puede es por que no quiere”. El mercado, que opera bajo los criterios justos de la regulación económica, forja el carácter y produce virtudes. Siguiendo el argumento, los fracasados serían aquellos cuyo carácter, sin importar la razón, se muestra insuficiente para aprovechar las oportunidades adecuadas que presenta la vida, así como quienes deciden “no invertir” en su persona para mejorar y volverse competitivos en el mercado. De esta manera, quienes fallan son juzgados bajo diversas etiquetas: son quienes “no tienen lo que se necesita”, “carecen del chip/gen emprendedor” o “solo se refugian en las excusas”. Incluso la pasividad —la llamada “zona de confort”— es señalada como una “patología moral”, al no alinearse a los criterios de productividad y a la constante reinención que se exige a los empleados de las empresas (Rodríguez López y Borges Gómez, 2018).

Además, para asegurar el éxito, el esfuerzo debe mezclarse con las habilidades innatas que distinguen a los ganadores. Como señala este funcionario público, proveniente de una familia acomodada, “triunfar en la vida” es cuestión de intuición y trabajo duro:

A lo largo de mi vida siempre he hecho lo que he querido. Me ha costado una terrible cantidad de trabajo, o sea, nadie me lo ha dado. No fue un regalo. Pero supe cómo aprovechar las oportunidades. Supe cómo hacer eso de alguna manera intuitiva, naturalmente. (Krozer, 2018: 174)

Dado que el éxito es la elección racional (y natural) por tomar, al negarse a este los fracasados no solo se niegan a una serie de recursos y oportunidades, sino que también evidencian una falta de virtud que los hace merecedores de su desgracia. Frente a ellos, el neoliberalismo presenta individuos independientes y autónomos como paradigmas de subjetividad, los cuales se muestran en control de sus habilidades y logros, sin importar el contexto social o cultural en el que se encuentren (Sugarman, 2015). En el neoliberalismo, los ganadores no tienen excusas para acceder a la cima.

El éxito y sus formas simbólicas: el caso de Jordan Belfort

En el capitalismo, el sueño de escalar hacia una vida mejor está acompañado de instrucciones para alcanzar la cima, proporcionadas por los textos de autoayuda. Estos pueden definirse como formas simbólicas que proponen un “autoexamen detallado y sistemático de ciertos aspectos de la conducta de los lectores en su vida diaria” (Nehring *et al.*, 2016: 158). En el caso del éxito, estos textos desestiman los condicionamientos sociales y culturales del sujeto, al afirmar que “el éxito, la felicidad y el empoderamiento son resultado de la orientación cognitiva de los individuos”, debido a que “estos no tienen nada que ver con la historia, la biografía o lo social, y cualquiera puede obtenerlos o lograrlos, siempre y cuando crean en su habilidad para lograr sus metas” (Nehring *et al.*, 2016: 158).

Los textos de autoayuda y, sobre todo, los valores que representan, han acompañado al desarrollo del capitalismo, reforzando la visión individualista del ser humano (McGee, 2005; Mur Effing, 2009; Nehring *et al.*, 2016). Una de sus narrativas recurrentes es el *self-made man*: un individuo que se construye a sí mismo frente a la adversidad, que es definido por ella, y que logra los fines que se propone, generalmente asociados con la riqueza. Esta figura es parte integral del carácter estadounidense⁷, a tal grado que llegamos a encontrarla en el primer uso de la expresión “el sueño americano”, por parte del historiador James Truslow Adams en su obra de 1931, *La Épica estadounidense* (Mur Effing, 2009). Al describir una sociedad regida por el *American Dream*, Adams transmite que el reconocimiento social debe ganarse y que el valor de una persona solo puede definirse a través de sus logros, no de su posición en un orden social estático. Así, la cima estará disponible para aquellos que trabajen duro y superen cualquier adversidad (económica, social, cultural, etc.) que la vida les ponga enfrente.

La creencia en que el trabajo duro debe pagar, que cualquiera puede llegar tan lejos como sus talentos y su esfuerzo se lo permitan, continúa siendo común, no solo para Occidente sino también en países como Pakistán, Túnez o Jordán (Pew Research Center, 2012). Sin embargo, el contexto en el que se inserta este ideal se ha modificado gracias a los altos niveles de desigualdad de las sociedades contemporáneas, un problema que se exacerbó después del colapso financiero de 2008 (Pfeffer *et al.*, 2013). A raíz de esta crisis, Europa y Japón parecen haber perdido la fe en la promesa de que el esfuerzo paga, lo mismo que los sectores de menores ingresos en lugares como Gran Bretaña,

Rusia o Egipto; sin embargo, sus contrapartes en los estratos más altos se mantienen firmes en la creencia del papel del esfuerzo como camino éxito (Pew Research Center, 2012). Aunque como media el trabajo duro y la educación se siguen considerando como los factores claves para avanzar en la vida, la desigualdad se presenta como el reto a superar para las sociedades contemporáneas (Pew Research Center, 2014).

Es en este contexto de desigualdad bajo el neoliberalismo donde el discurso de la autoayuda presenta diferencias con respecto al que acompañaba al capitalismo industrial. Una de ellas es su énfasis en el componente emocional (Álvarez-Uría, 2011; Cabanas y Illouz, 2019; Davies, 2015; de Vos, 2013; Han, 2014; Illouz, 2007, 2008; Laval y Dardot, 2013; Santamaría, 2018) o, en palabras del régimen neoliberal, la importancia de la “gestión de las emociones”. El neoliberalismo se apoya en la psicología positiva para generar un proyecto de reprogramación emocional y cognitiva del yo (Cabanas y Illouz, 2019) que busca transferir la posibilidad del éxito a la psique de los sujetos. El objetivo de esto es democratizar aún más el acceso al éxito: todos tenemos en nuestras emociones la llave para ser ganadores, solo es necesario trabajar en ellas. Dicho proceso se enmarca en la generación de una nueva subjetividad, un yo capaz de aprovechar todas esas oportunidades que están a su alcance y que son detectables gracias a la autoayuda. Así, el sujeto es entendido como un proyecto inacabado en constante perfeccionamiento⁸, necesitado del discurso de autoayuda para orientar su realización personal hacia la persecución de fines materiales (Nehring *et al.*, 2016). Un ejemplo de este discurso del éxito es el caso de Jordan Belfort.

Belfort, mejor conocido como el “Lobo de Wall Street”, se define a sí mismo como “gurú de las inversiones, el entrenador de ventas⁹ número uno en el mundo, experto en emprendimiento” (Belfort, 2021b). En la cima de su éxito, en el que llegaría a ganar cerca de 9.5 millones de euros por día, Belfort fue acusado de fraude, lavado de dinero y manipulación del mercado de valores, con pérdidas para sus inversores por más de 180 millones de euros, por lo que fue condenado a 22 meses de cárcel (Ayuso, 2020; Nieto, 2020). Una vez fuera, escribió dos libros autobiográficos y se convirtió en uno de los autores motivacionales más famosos, ofreciendo conferencias cuyo precio de asistencia ronda los 3,500 euros por persona (Ayuso, 2020), pese a que aún debe cerca de 90% del dinero de los 1513 clientes que estafó en los años noventa (Nieto, 2020). Recientemente, su relevancia cultural se incrementó gracias al filme del año 2013, “El lobo de Wall Street”, dirigido por Martin Scorsese, el cual fue nominado a distintos premios.

Aunado a lo anterior, el caso de Belfort resulta relevante para el estudio de la ideología del éxito por dos razones. Primero, como se ha mencionado, Belfort ejemplifica el modelo de “empresario de sí”, característico del régimen neoliberal: un sujeto en constante mejora, para quien las circunstancias son solo pretextos en el camino al éxito. Segundo, su subjetividad y su discurso es una expresión ideológica tanto en su forma de engaño e ilusión, dado su historial de fraude en el camino al éxito, como en la concepción de la ideología como un mecanismo de creación y sustento de la dominación. Incluso, la figura de Bradford puede enmarcarse en el estudio de la ideología y algunas de las distorsiones referentes a la moralidad, señaladas por Ichheiser, en las que el éxito de los sujetos otorga legitimidad a sus acciones, aunque estas sean moralmente reprobables (Wrbouschek, 2018). Con esto en mente, el análisis se centra en dos listados de “10 frases” y “10 reglas” para el éxito, los cuales se encuentran en un sitio web y en *YouTube*. Si bien la muestra no es exhaustiva, lo que se busca es ofrecer un breve retrato de la visión del éxito y la relación con la responsabilidad según Belfort. Además, aunque breves, este tipo de textos condensan los consejos de Belfort ofrecidos en otras fuentes (libros, películas, conferencias) bajo un esquema breve y fragmentario (el listado), sintomático de la construcción de los discursos del éxito contemporáneos, que prometen un acceso rápido a la cima. Estos consejos son, a su vez, reproducidos en distintos sitios web, ya sea en otros listados o en imágenes de corte motivacional que se comparten a través de diversas redes sociales.

La visión del éxito de Belfort puede condensarse en la siguiente frase: “Las personas exitosas están 100% convencidas de que son maestros de su propio destino, no son criaturas de la circunstancia, ellos crean las circunstancias. Si las circunstancias a su alrededor apestan, las cambian” (El24.com, 2014). Para Belfort, “los ricos son generadores de circunstancias” a diferencia de los pobres que “creen que son criaturas de las circunstancias”, por lo que “la vida les pasa a ellos” (Carmichael, 2016). De esta manera, la clave del éxito se resume en uno de los mantras expresados en sus conferencias: “crea tu propio destino” (Carmichael, 2016). En esta misma línea, Belfort defiende su postura sobre el éxito y la responsabilidad individual al afirmar que “ya sea que digas ‘Yo puedo’ o ‘No puedo’, tienes razón en ambos casos” y “no importa lo que te haya ocurrido en el pasado, no eres tu pasado, eres los recursos y las capacidades que hayas recogido de él. Y esa es la base para cualquier cambio.” (El24.com, 2014). El éxito es una mezcla de elecciones y una naturaleza distinta, la de los ganadores.

El primer modo de operación ideológica en el que incurre este tipo de discurso es la legitimación, la cual consiste en presentar las relaciones de poder como “justas y dignas de apoyo” (Thompson, 2002: 92). La legitimación se da en el discurso de Belfort a través de un proceso de racionalización, por medio del cual “el productor de una forma simbólica construye una cadena de razonamientos que buscan defender o justificar un conjunto de relaciones o de instituciones sociales” (Thompson, 2002: 93). Cuando Belfort afirma que tomar en cuenta los factores ajenos al individuo para explicar las diferencias sociales es entrar en el juego de la culpa, la justificación y la queja, intenta reducir todo a la misma explicación: las circunstancias sociales solo son excusas para no ser rico.

Al asignar la etiqueta de excusas o similares a los condicionamientos sociales, se intenta responder la pregunta por la responsabilidad del éxito o el fracaso personal. Así, lo que Belfort pretende es contravenir el principio de control, el cual establece que “somos evaluables moralmente solo en la medida en que aquello por lo que somos evaluados depende de factores bajo nuestro control” (Nelkin, 2021). Así, dos personas no podrán ser juzgadas de forma distinta (en este caso, como exitosas o fracasadas) si las diferencias entre ellas se deben a factores ajenos a su control (Nelkin, 2021). Al convertir todo paso del camino del éxito en una decisión individual, lo que Belfort busca es eliminar por completo los múltiples factores sociales que contribuyen a que unos estén en la cima y otros no. Esto tiene dos consecuencias: primero, termina por responsabilizar a los sujetos por su fracaso, debido a que todos son medidos por un rasero en el que no existe nada más allá de la voluntad del individuo¹⁰; segundo, el coach siempre podrá evadir su responsabilidad si el sujeto no alcanzó el éxito con sus consejos, debido a que, en última instancia, lo único que importa es el esfuerzo individual.

Además, Belfort intenta dar una apariencia científica a su racionalización a través de leyes de la atracción: “Yo creo en algunas leyes del universo...en lo que te enfocas, se expande, se hace más grande, tú atraes porque se mueve hacia ti” (Carmichael, 2016). Este pensamiento basado en atracción se utiliza para justificar que hay quienes tienen la capacidad y la resolución para acceder a la riqueza, mientras que otros no. Vale la pena señalar que esta “ley de la atracción” es una forma de psicología positiva que ha sido duramente criticada¹¹.

Aunada a la legitimación, el discurso de Belfort se apoya en la naturalización. Según Thompson, esta se refiere a una estrategia en la que “un estado de cosas que sea una creación social e histórica puede tratarse como un

suceso natural o como resultado inevitable de características naturales” (2002: 99). Así, las personas exitosas justifican su posición privilegiada apelando a una naturaleza distinta, que los separa de aquellos que se conforman con la vida que les ha tocado vivir. Este tipo de discursos suelen utilizarse para justificar diferencias “naturales” y regímenes de dominación que se derivan de estos — como en los casos de la división sexual del trabajo o en el esclavismo— por lo que cabe preguntarse si realmente se trata de una naturaleza distinta, que diferencia a ricos y pobres, o el resultado de una desigualdad estructural. De nuevo, Belfort insistiría en que enfocarse en lo “externo” —entiéndase, las circunstancias sociales o las condiciones materiales— se traduce en una “pérdida de todo el poder en tu vida” (Carmichael, 2016). Sin embargo, como señala Piketty, apelar a una naturaleza distinta puede ser un proceso ideológico que encubre desigualdades estructurales:

De forma poco sorprendente, las élites de las distintas sociedades, en cualquier época y en cualquier lugar, tienden a “naturalizar” las desigualdades; es decir, a tratar de asociarlas con fundamentos naturales y objetivos, a explicar que las diferencias sociales son (como debe ser) beneficiosas para los más pobres y para la sociedad en su conjunto, que en cualquier caso su estructura presente es la única posible y que no puede ser modificada sin causar inmensas desgracias (Piketty, 2020: 20).

Al afirmar que existe algo distinto en las personas exitosas (i.e., su capacidad de modificar las circunstancias), lo que se busca es naturalizar las diferencias sociales. La duda que persiste es si esa capacidad de modificar su entorno no es el resultado de una posición social más ventajosa. En ese sentido, el éxito permite cambiar el mundo, no al revés.

Podría argumentarse que la frase de Belfort (y su discurso del éxito) abre las posibilidades para un cambio —i.e., “si las circunstancias apestan, las cambian”—. Esto coincide con el perfil del emprendedor, descrito por Rodríguez y Borges (2018), que lo señala como un agente “original y creativo”, que no acepta el destino, y que asume el riesgo que implica transformarlo. Sin embargo, el cambio no se plantea como una crítica social (por ejemplo, al buscar mejorar la calidad de vida de las personas), sino como una visión del éxito muy clara: las circunstancias se transforman para que yo pueda hacerme rico.

Ahora bien, para completar la interpretación es necesario contrastar el discurso de Belfort con la posibilidad que tiene este yo exitoso de alcanzar sus fines. Esta posibilidad ha recibido diversas críticas, por ejemplo, al estudiar las oportunidades que tienen todos los sectores de la población de convertirse en

emprendedores, limitadas en su mayoría a hombres blancos de clase alta con altos niveles educativos (Levine y Rubinstein, 2017). A esto se suma el aumento de la desigualdad en todas las regiones del mundo desde las décadas de 1980 y 1990 —excepto en aquellas regiones que se caracterizan por una fuerte desigualdad— (Piketty, 2020), con consecuencias importantes, como la disminución de la movilidad social (Marrero y Rodríguez, 2013), una constante división y conflicto social (Piff et al., 2018) e, incluso, la presencia de desconfianza y ansiedad por el estatus (Buttrick y Oishi, 2017), entre otras.

¿Cuál es la respuesta del discurso del éxito a estos cuestionamientos? Contrario a la idea que afirma que las élites desconocen o desprecian el problema de la desigualdad, esta no es una cuestión que les es ajena o que traten de ocultar (Sherman, 2017), por lo menos no de forma consciente, aunque sí es un fenómeno social que buscan justificar (Krozer, 2018). En otras palabras, quienes ganaron tratan de explicar de alguna forma su éxito, de formas más o menos convincentes que, como vimos, pueden presentarse bajo formas ideológicas. Como afirma Sandel, “en una sociedad desigual, quienes llegan a la cima quieren creer que su éxito está moralmente justificado” (2020: 13).

Conclusiones

Los discursos del éxito y sus formas simbólicas dentro del capitalismo contemporáneo, que responsabilizan por completo al sujeto por el resultado de sus acciones, pueden ser calificados como ideológicos, al buscar legitimar y naturalizar desigualdades estructurales. El análisis cultural de estos discursos permite observar los mecanismos simbólicos por los cuales estas desigualdades buscan perpetuarse. El caso de Jordan Belfort muestra el universo moral simplificado del neoliberalismo, en el que las circunstancias sociales de los sujetos pasan a segundo plano al momento de explicar las diferencias en el orden social. Realizar el estudio de este tipo de formas simbólicas tiende un puente entre el análisis del discurso y la filosofía política y moral, necesario para la construcción de sociedades más justas y para repensar el valor de los logros, tanto para los individuos como para las sociedades.

Notas

¹ El uso de la palabra *mantra* alude a la occidentalización de ciertas prácticas y conceptos orientales por parte de la literatura de autoayuda (Mur Effing, 2009).

² De forma más precisa, Thompson señala que el objetivo de este es “reconstruir las condiciones sociohistóricas y los contextos de producción, circulación y recepción de las formas simbólicas, así como las reglas y convenciones, las relaciones e instituciones sociales, y la distribución del poder, los recursos y las oportunidades en virtud de los cuales estos contextos forman campos diferenciados y socialmente estructurados” (2002: 412).

³ Podría argumentarse, también, que probar la veracidad de los enunciados en ocasiones puede resultar complejo.

⁴ Se entiende por suerte circunstancial el tipo de suerte basada “en las circunstancias en las cuales uno se encuentra” (Nelkin, 2021), mientras que suerte constitutiva se refiere a la suerte involucrada “en lo que uno es, o en los rasgos y disposiciones que uno tiene” (Nelkin, 2021).

⁵ Este sistema de competencia no es exclusivo de los individuos. También opera al nivel de los estados cuando se mezcla con el nacionalismo. Como señala Harvey, “la competencia produce ganadores y perdedores efímeros en la lucha global por una posición, y esto en sí mismo puede ser una fuente de orgullo nacional o de un examen de conciencia nacional” (2007: 85).

⁶ Según Feinberg, “si una persona es merecedora de cierto tipo de trato, ella debe, necesariamente, serlo en virtud de la posesión de una característica o una actividad previa. Es debido a que nadie puede merecer nada a menos que haya alguna base u ocasión aparente para el mérito que los juicios de mérito llevan consigo un compromiso de dar razones” (2000: 223).

⁷ Mur Effing (2009) señala que el “sueño americano” puede rastrearse hasta los esfuerzos colonizadores de los siglos XVI y XVII, relacionándola con la idea de América como la tierra de la abundancia. La importancia de la literatura de autoayuda en la constitución del ideario estadounidense es tal que se considera a Benjamin Franklin como el arquetipo del *self-made man* (McGee, 2005).

⁸ Este es descrito por Nehring et al. (2016) como un “yo delgado” mientras que McGee (2005) lo denomina “yo insistente”, o *belabored self*. La idea de un yo como proyecto inacabado encuentra similitudes en su faceta emprendedora con el *hombre empresa* de Laval y Dardot (2013).

⁹ El original en inglés es *sales trainer*. Un concepto que representa de mejor forma el sentido sería *coach* en ventas.

¹⁰ Como señala Olsaretti (2004), en principio las diferencias producto de los factores externos no me impiden tomar crédito por mis logros. Sin embargo, estas se vuelven relevantes cuando busco comparar mis logros con los de los demás.

¹¹ Revisar Cabanas e Illouz (2019).

Referencias

Álvarez-Uría, F. (2011). La Psicologización del Yo: materiales para una genealogía del descubrimiento del mundo interior. *Educação & Realidade* 36(3): 911–944.

- Ayuso, R. (2020).** *El lobo de Wall Street hace caja*. El País. https://elpais.com/elpais/2014/01/13/gente/1389636185_992169.html?rel=listapoyo
- Becker, G. S. (1998).** El enfoque económico de la conducta humana. *Anuario de Filosofía Jurídica y Social*, 16, 507-529.
- Belfort, J. (2020).** *Homepage*. <https://jb.online/>
- Bourdieu, P. (1999).** *Contrafuegos. Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Bradford, G. (2015a).** “Achievement and the meaning of life”. *The American Philosophical Association Central Division 112th Annual Meeting*, 1-17.
- Bradford, G. (2015b).** *Achievement*. Oxford: Oxford University Press.
- Brown, W. (2017).** *El pueblo sin atributos: La secreta revolución del neoliberalismo*. Barcelona: Malpaso Ediciones.
- Buttrick, N. R., & Oishi, S. (2017).** The psychological consequences of income inequality. *Social and Personality Psychology Compass* 11(3): 1–12.
- Cabanas, E., & Illouz, E. (2019).** *Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Barcelona: Paidós.
- Carmichael, E. (2016).** *The WOLF of Wall Street Shares His BEST Life ADVICE! | Jordan Belfort | Top 10 Rules*. <https://www.youtube.com/watch?v=xnwCUaOriJs>
- Castilla, E. J., & Benard, S. (2010).** The Paradox of Meritocracy in Organizations. *Administrative Science Quarterly* 55(4): 543–676.
- Davies, W. (2015).** *The happiness industry. How the government and big business sold us well-being*. Londres: Verso.
- de Vos, J. (2013).** *Psychologization and the subject of late modernity*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Eagleton, T. (1997).** *Ideología: una introducción*. Barcelona: Paidós.
- El24.com. (2014).** *Éxito: 10 Frases de Jordan Belfort el Lobo de Wall Street*. El24. <http://el124.com/frases-de-jordan-belfort-el-lobo-de-wall-street/>
- Escalante, F. (2019).** *Historia mínima del neoliberalismo*. Ciudad de México: El Colegio de México.
- Fairclough, N. (2006).** *Discourse and Social Change*. Cambridge: Blackwell Publishing Ltd.
- Feinberg, J. (2000).** “Justice and Personal Desert”. En M. Friedman, L. May, K. Parsons, & J. Stiff (Eds.). *Rights and Reasons: Essay in Honor of Carl Wellman* (pp. 221–250). Dordrecht: Springer Netherlands.

- Ferguson, J. (2010).** The Uses of Neoliberalism. *Antipode*, 41(s1), 166-184. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.2009.00721.x>
- Foucault, M. (2007).** *Nacimiento de la biopolítica: Curso del Collège de France (1978-1979)*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Han, B.-C. (2012).** *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder Editorial.
- Han, B.-C. (2014).** *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder Editorial.
- Harvey, D. (2007).** *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Haslanger, S. (2017).** *Critical theory and practice*. Amsterdam: Van Gorcum & Comp. b.v.
- Hurka, T. (1993).** *Perfectionism*. Nueva York: Oxford University Press.
- Ichheiser, G. (1930).** *Kritik des erfolges: Eine soziologische untersuchung*. C. L. Hirschfield. <https://books.google.com.mx/books?id=PkRWAAAAMAAJ>
- Ichheiser, G. (1943).** Ideology of success and the dilemma of education. *Ethics*, 53(2), 137-141.
- Illouz, E. (2007).** *Intimidadas congeladas*. Madrid: Katz Editores.
- Illouz, E. (2008).** *Saving the modern soul: Therapy, emotions, and the culture of self-help*. Berkeley: University of California Press.
- Iutovich, M. (1988).** The sociology of success: Fact or fantasy. *Journal of Applied Sociology*, 5, 1-14.
- James, L. (2005).** Achievement and the Meaningfulness of Life. *Philosophical Papers*, 34(3), 429-442. <https://doi.org/10.1080/05568640509485166>
- Keller, S. (2004).** Welfare and the Achievement of Goals. *Philosophical Studies: An International Journal for Philosophy in the Analytic Tradition*, 121(1), 27-41.
- Krozer, A. (2018).** *Inequality in Perspective: Rethinking Inequality Measurement, Minimum Wages and Elites in Mexico* [Doctoral dissertation, University of Cambridge]. Apollo. <https://www.repository.cam.ac.uk/bitstream/handle/1810/290078/090219%20Whole%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Laval, C., & Dardot, P. (2013).** *La nueva razón del mundo*. Barcelona: Gedisa.
- Lenk, K. (2008).** *El concepto de ideología. Comentario crítico y selección sistemática de textos*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

- Levine, R., & Rubinstein, Y. (2017).** Smart and illicit: Who becomes an entrepreneur and do they earn more? *Quarterly Journal of Economics* 132(2): 963–1018.
- Marrero, G. A., & Rodríguez, J. G. (2013).** Inequality of opportunity and growth. *Journal of Development Economics* 104: 107–122.
- McGee, M. (2005).** *Self-Help, Inc.: Makeover Culture in American Life*. Oxford: Oxford University Press.
- Mur Effing, M. (2009).** The origin and development of self-help literature in the United States: The concept of success and happiness, an overview. *Atlantis* 31(2): 125–141.
- Nehring, D., Alvarado, E., Hendriks, E. C., & Kerrigan, D. (2016).** *Transnational popular psychology and the global self-help industry. The politics of contemporary social change*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Nieto, M. (2020).** El lobo de Wall Street, el estafador estafado. *El País*. https://elpais.com/elpais/2020/01/27/gente/1580143169_027701.html
- Olsaretti, S. (2004).** *Liberty, Desert and the Market. A Philosophical Study*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pew Research Center. (2014).** *Emerging and Developing Economies Much More Optimistic than Rich Countries about the Future*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/global/2014/10/09/emerging-and-developing-economies-much-more-optimistic-than-rich-countries-about-the-future/>
- Pew Research Center. (2012).** *Pervasive Gloom About the World Economy Overview*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/global/2012/07/12/pervasive-gloom-about-the-world-economy/>
- Pfeffer, F. T., Danziger, S., & Schoeni, R. F. (2013).** Wealth Disparities Before and After the Great Recession. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 650(1): 98–123.
- Piff, P. K., Kraus, M. W., & Keltner, D. (2018).** Unpacking the Inequality Paradox: The Psychological Roots of Inequality and Social Class. *Advances in Experimental Social Psychology* 57: 53-124.
- Piketty, T. (2020).** *Capital e ideología*. Ciudad de México. Libros Grano de Sal.
- Portmore, D. W. (2017).** Welfare, Achievement, and Self-Sacrifice. *Journal of Ethics and Social Philosophy*, 2(2), 1-29. <https://doi.org/10.26556/jesp.v2i2.22>

- Rodríguez López, R., & Borges Gómez, E. (2018).** El perfil del emprendedor. Construcción cultural de la subjetividad laboral postfordista. *Cuadernos de Relaciones Laborales* 36(2): 265–284.
- Sahlins, M. (2008).** *The Western Illusion of Human Nature: With Reflections on the Long History of Hierarchy, Equality and the Sublimation of Anarchy in the West, and on Other Conceptions of the Human Condition.* Chicago: Prickly Paradigm Press.
- Sandel, M. J. (2020).** *The Tyranny of Merit. What's Become of the Common Good?* Londres: Penguin Press.
- Santamaría, A. (2018).** *En los límites de lo posible. Política, cultura y capitalismo afectivo.* Madrid: Akal.
- Sherman, R. (2017).** *Uneasy street: the anxieties of affluence.* Princeton: Princeton University Press.
- Thio, A. (1972).** A fuller view of american success ideology. *The Pacific Sociological Review*, 15(3), 381-393.
- Thompson, J. B. (2002).** *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas.* Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Tomasello, M. (2009).** *Why We Cooperate.* Cambridge: Boston Review Book.
- Villoro, L. (2007).** *El concepto de ideología y otros ensayos.* Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Wrbouschek, M. (2018).** Ichheiser's Critique of Success and the Performance Principle in a Neoliberal Competitive Society (pp. 137-155). *Springer, Cham.* https://doi.org/10.1007/978-3-319-72508-6_8

Nota biográfica



Emmanuel Godínez Burgos es Doctorando en Estudios Humanísticos por el Tecnológico de Monterrey, y Maestro en Teoría y Crítica de la Cultura por la Universidad Carlos III de Madrid. Ha publicado el libro “Sea usted exitoso: dinámicas del éxito y el fracaso en la sociedad contemporánea”. Sus áreas de interés incluyen la Filosofía moral, los Estudios Culturales y la Filosofía política.

E-mail: egodinezburgos@gmail.com