



La Biblioteca Dedalus està dedicada a la publicació dels assaigs que sorgeixen dels seminaris de l'Escola Bloom, on conflueixen l'estudi de la literatura, la filosofia, la psicoanàlisi i la crítica cultural. Ens mou el convenciment que la literatura pensa el món i que hi intervé per transformar-lo. Els nostres llibres caben a les butxaques dels abrics.



Calla i paga

Encontres entre política i psicoanàlisi

Inés García López

Biblioteca Dedalus, 2



EDICIONS
DEL PERISCOPI


ESCOLA DE LITERATURA

Calla i paga
Encontres entre política i psicoanàlisi
© Inés García López, 2022

Primera edició: maig del 2022

Dipòsit legal: B 9149-2022

ISBN: 978-84-17339-95-1

© d'aquesta edició: Edicions del Periscopi SLU i Bloom SCP, 2022

© del disseny de coberta: Edicions del Periscopi / Tono Cristòfol, 2022 (© del laberint de la coberta i portadella: MaxterDesign / AdobeStock, 2022)

© de la fotografia de l'autor: Escola Bloom

Publicat per Edicions del Periscopi SLU i Bloom SCP

www.periscopi.cat | www.escolabloom.com

Impressió: Romanyà Valls, Capellades

Imprès a Catalunya – *Printed in Catalonia*

Edició a càrrec d'Edicions del Periscopi i Escola Bloom

Maquetació i disseny d'interiors: Tono Cristòfol

Correcció: Núria Saurina Eudaldo, Òscar Lozano

i Francesc Gil-Lluch

Disseny de la col·lecció: Tono Cristòfol

Aquest llibre s'ha imprès amb un paper offset cru de noranta grams i ha estat compaginat amb la tipografia Plantin en cos 12.

Tots els drets reservats.

Queda rigorosament prohibida, sense l'autorització escrita dels titulars del copyright, sota les sancions establertes per la llei, la reproducció total o parcial d'aquesta obra per qualsevol mitjà o procediment, inclosos la reprografia i el tractament informàtic, i la distribució d'exemplars mitjançant el lloguer o préstec públics.

Sumari

1. **Subjecte i produccions de la subjectivitat..... 7**
Moviments de vaivé (7) Ningú no neix
subjecte (11)

2. **El replegament identitari com un
dels efectes de la globalització. Mecanismes
d'identificació i segregació 19**
El moviment simbòlic (19) El debilitament del
Simbòlic (22) *#metoo* (29) Identificació i formes
de subjectivació patriarcal (32)

3. **El mercat de les identitats. El gènere
com a producte de consum 39**
El cos que es té (39) Subjectes (il)legibles (43)
Tenir un jo: la identificació amb el significat (47)
El subjecte i jo (52)

4. El caràcter circular i il·limitat del discurs capitalista 55

El discurs de l'amo i el vincle social (56) El discurs capitalista i la dissolució del vincle (65) La *tinderització* dels vincles (68) Com sortim de la circularitat del discurs capitalista? (70)

5. L'expansió de les narratives d'autoajuda i les pràctiques psicoterapèutiques que sostenen l'ordre neoliberal 73

L'imperatiu perfeccionista i la indústria de la felicitat (73) La hipervigilància del cos i de la ment (77) El *mindfulness* i la privatització de l'estrès (79) La pastilla i l'autogestió emocional: els saturadors del malestar (82) La semantofília neoliberal (85)

6. Necroempoderament capitalista i subjectes *endriagos* 89

La roda de consum i la pulsio de mort (90) Subjectivitats prescindibles: el capitalisme racial (93) La necropolítica i el locus postcolonial (94) El capitalisme gore als espais fronterers (96) La ingovernabilitat de les subjectivitats *endriagues* (98)

7. Obertures: què se sostreu al circuit del consum? 101

Bibliografia 105

1. Subjecte i produccions de la subjectivitat

Moviments de vaivé

Si hi ha alguna cosa que caracteritza la subjectivitat de l'últim segle és el moviment de vaivé. Els subjectes comparteixen aquesta oscil·lació irregular i imprevisible amb els seus productes de consum en una sintonia ideal. En l'era del capitalisme global, aquest gest de balandreig s'ha universalitzat, en un moviment pendular descompassat que marca la manera com fem experiència del nostre temps i traça el recorregut de les subjectivitats contemporànies. La democratització dels moviments de vaivé ensinistra els nostres peus en aquest ball d'alternances. Gilles Lipovetsky, a començament del segle XXI, va assenyalar a *Le bonheur paradoxal. Essai sur la société d'hyperconsommation* ('La felicitat paradoxal. Assaig sobre la societat d'hiperconsum') els mecanismes pels

quals la societat de consum —més enllà de desaparèixer— es perpetua en una nova societat d'*hiperconsum*, una versió amplificada de l'anterior, potenciada i portada a l'extrem. Aquesta persistència voraç de la societat de consum del segle passat ha trobat el seu punt d'ancoratge en un excés que sembla que sempre tenim a la nostra disposició. Les dimensions de la nostra última pantalla de projecció ja sobrepassen les cantonades del nostre pis petit.

Tot i la nova golafreteria consumista, ja no estem davant d'una societat materialista en el sentit en què Lipovetsky es refereix al fordisme per descriure les cadenes de producció als anys vint. El materialisme està *démodé*. La superació del materialisme implica una degradació del fet material: la gran varietat de productes va acompanyada d'una escassa durabilitat. Si bé la data de caducitat dels productes està en relació amb la seva durabilitat en termes de qualitat i consum segur, l'obsolescència programada funciona segons les fluctuacions del mercat. Just en el moment en què paguem un producte i ens l'emportem a casa, ja està degradat per una versió més actualitzada i més apetent. Ara el que ens agrada és consumir benestar. Els nous productes preparats per a l'*hiperconsum* ens garanteixen una millora *perpètua* de les nostres condicions de vida, una comercialització del volem-estar-bé que es tradueix en una varietat *infinita* d'objectes pensats per a l'augment il·limitat del nostre confort. Si bé l'*hiperconsumidor* supera el caràcter materialista de la societat de consum fent

una retirada a l'espai interior, al món espiritual o de l'ésser, això tampoc no garanteix la seva felicitat. Aquesta és la condició paradoxal dels nous consumidors: tot i tenir al seu abast una enorme varietat de productes i serveis pensats per al seu benestar, no l'acaben d'assolir mai.

Raymond Williams ja va assenyalar, als anys seixanta del segle passat, com l'objecte material que consumim no és mai suficient perquè té un significat personal o social que l'inscriu en una determinada òrbita cultural: no només compres un cotxe per viatjar o anar a treballar, també compres respecte social i èxit. Cap objecte es consumeix estrictament per la seva funció real, sempre hi ha un excedent simbòlic que atrau el comprador. Per tant, deixem de ser «usuaris» per passar a ser «consumidors». Les causes de la insatisfacció *constant* radiquen no només en el disseny dels nous productes de mercat, sinó també en el nostre estil de consum.

Certament, el consum ens satisfà, però no hi ha cap producte al mercat que ens atorgui una satisfacció completa i duradora, ni tan sols comprant *wellness*, es presenti com a massatge tântric o com a fusta-teràpia. L'estil de consum bulímic impulsa el subjecte a una successió d'alts i baixos que es repeteix de manera *constant*. És aquesta exigència incessant del mercat el que capta el psicoanalista Jorge Alemán i el que elabora en la seva obra, per exemple al llibre *Capitalismo: Crimen perfecto o Emancipación* ('Capitalisme: Crim perfecte o Emancipació'). El capitalisme, en la

seva nova fase neoliberal, necessita un subjecte nou que comparteixi el caràcter de la mercaderia que consumeix: mudable, inconstant, volàtil, líquid. Segons Alemán, aquests nous subjectes es troben capturats per una sèrie d'imperatius que els confronten a les exigències de quelcom il·limitat. Són molt comuns en la publicitat d'activitats esportives anunciades que ens animen a trencar els nostres límits i ens empenyen a l'acció, a no badar: «just do it». Els productes se'ns ofereixen acompanyats d'una sèrie d'imperatius que ens insten a una superació i un perfeccionament continu que són impossibles d'assolir. Aquesta impossibilitat ens genera una quantitat ingent de malestar.

L'encadenament infinit del calla-i-paga organitza tot un mercat del gaudi que sobreviu al preu de deixar els seus consumidors perpètuament frustrats. No és la satisfacció, però, sinó les exigències contínues del mercat les que perduren i les que sostenen el nou ordre neoliberal. El moment ideal en el circuit de consum és el moment de la compra. El punt màxim de satisfacció és simultani amb el de l'obtenció del producte. A partir d'aquell moment l'objecte o l'experiència que hem comprat es comença a degradar. El punt àlgid de satisfacció decreix progressivament fins que —en el seu moviment de vaivé— torna a pujar amb la previsió de compra d'un altre producte atractiu.

Però què vol dir exactament que el subjecte sintonitza amb l'objecte de consum? Podríem pensar que indica una imitació, per part del subjecte, d'allò

que consumeix, que copia el caràcter de les coses que adquireix. La relació entre subjecte i objecte seria doncs una relació fundada en l'alienació, en tant que el subjecte —allunyant-se de si mateix— es veu conduït a esdevenir una altra cosa. Aquesta hipòtesi estaria basada en una idea de subjecte investit ontològicament com una cosa diferent d'allò que imita o copia, i que una de les possibilitats d'aquests subjectes és justament deixar de ser o buidar-se per alienar-se en un objecte.

Ningú no neix subjecte

Des de la psicoanàlisi, la idea de subjecte no és tan senzilla com la d'aquest subjecte fàcilment alienable. La psicoanàlisi desplega les seves teories a partir de la pràctica clínica, i això li permet recollir la manera com aquestes relacions entre els subjectes i els objectes es viuen de manera problemàtica: amb resistències, amb impotència o des de la fragilitat.

El subjecte no és idèntic a allò que ell mateix utilitza del món per satisfer-se. Tot i que subjecte i subjectivitat poden ballar en sintonia fins a l'alienació, no són el mateix. Fins i tot, podríem arribar a dir que el subjecte és allò que s'escapa o que es resisteix a la subjectivitat de l'època. Cal tenir en compte que, des de la psicoanàlisi, el subjecte no equival a l'individu, a la persona o a l'ésser humà tal com s'entenen aquests termes de manera tradicional o intuïtiva.

Jacques Lacan, al seu segon seminari, arriba a afirmar que el «subjecte és ningú» com a crítica a la tradició entificadora que suposa que el subjecte *és*. Seguint la fórmula beauvoirana: no es neix subjecte; se n'esdevé. No naixem com a subjectes perquè, abans de res, ho fem com a objectes d'un altre. La nostra entrada en el món es dona sota la forma d'un organisme que té estatut d'objecte. Donada aquesta condició de desemparança, requerim la cura i la presència d'un altre que ha d'atendre les nostres necessitats vitals.

Quan esdevenim, doncs, subjectes? Lacan respon: el subjecte emergeix com a efecte del discurs de l'altre. A la infància, aquest discurs de l'altre l'encarnen majoritàriament els adults que tenen cura del petit. Són ells qui assenyalen amb paraules els objectes del món, els que anomenen les parts del nostre cos i els que ens diuen «ets tu» davant del mirall quan som petits. Tots aquests significants amb els quals els adults propers descriuen el món pertanyen a un llenguatge que preexisteix al nostre naixement. Per formar part d'aquest món com a subjectes, hem de ser permeables a aquest llenguatge, deixar que ens toqui i adaptar-nos-hi per poder parlar amb l'altre. El subjecte és, per tant, efecte de l'estructura del llenguatge.¹

1 Val a dir que en el subjecte amb autisme s'estableix un vincle diferent amb l'altre i la paraula.

Ara bé, la relació del subjecte amb el llenguatge, amb aquest discurs de l'altre, no suposa una relació exitosa ni eficaç, ni en termes d'autoconeixement, ni en termes comunicatius ni per comprendre el món. Són molt més habituals del que ens agradaria els malentesos, els lapsus, els oblots, els sentiments d'incomprensió o els moments en els quals ens quedem sense paraules, que mostren aquesta falla constant.

A més a més, la polisèmia estructural del llenguatge ens condemna a l'equívoc: les paraules poden tenir més d'un significat alhora. Com veurem més endavant, la relació entre el significat i el significat no és unívoca, i comporta ambigüitats i desplaçaments de sentit.

Com a subjectes podem constatar, en relació amb la nostra experiència amb el llenguatge, que de vegades no acaba de funcionar tal com voldríem, hi ha quelcom imprevisible, alguna cosa que falta. El subjecte no acaba d'integrar de manera satisfactòria l'estructura del llenguatge que utilitza per relacionar-se amb el món i amb els altres.

Aquest fet desafia la visió del llenguatge que ofereixen les teories de la comunicació, que adopten una posició funcionalista. Justament perquè el subjecte no és simplement aquell que fa servir el llenguatge com a eina comunicativa, sinó que és allò que no respon, allò que falla en aquesta integració. El llenguatge no és un mitjà de comunicació, sinó el lloc on esdevenim subjectes. El subjecte, per tant,

és un efecte secundari² del llenguatge. És la reacció adversa i imprevista de la seva estructura, un efecte no desitjat.

El gir copernicà d'aquesta versió del subjecte proposada per la psicoanàlisi³ es tradueix, per una banda, en l'afirmació que el subjecte està descentrat del seu jo i, per l'altra, en el desplaçament de la versió més homocèntrica que considera el llenguatge només com una producció o una invenció humana.

El que estem afirmant és que el subjecte és efecte del llenguatge i no a l'inrevés, i això té conseqüències. Una d'elles és que fa entrar en crisi el subjecte cartesà, aquell subjecte que es pensa a si mateix pensant i creu que la relació entre el seu pensament i la seva consciència és de transparència. Per a Descartes, la constància en el pensar és garant de l'existència. Però, no és il·lusòria aquesta constància? Què passa quan el subjecte no pensa, que potser deixa d'existir? L'aforisme «penso, per tant, existeixo» s'es-

2 Emprem aquí el terme *secundari* tal com es fa servir a la medicina, com a reacció adversa de l'efecte primari d'un medicament, talment com a efecte no desitjat —si és que el llenguatge pogués desitjar!—. Podríem dir que som l'efecte no desitjat d'una instància que no pot desitjar.

3 Cal matisar, però, que el lingüista Émile Benveniste també va assenyalar que el subjecte es constitueix en el llenguatge: «És en i pel llenguatge que l'home es constitueix com a subjecte». D'aquesta manera, Benveniste obre el camí del que desenvoluparà Lacan amb l'assimilació del subjecte de l'enunciació al subjecte de l'inconscient.

querda quan tenim en compte les manifestacions inconscients. En els lapsus, per exemple, el subjecte pot parlar sense pensar. Fins i tot, quan el que parla —sempre amb el llenguatge de l'altre— diu «jo penso», potser no està pensant. Lacan dirà a *Le séminaire. Livre XX: Encore* ('El seminari. Llibre 20: Encara'): «El subjecte no és el que pensa».⁴ Creiem que podem tenir accés a nosaltres mateixos designant-nos en l'enunciat amb un «jo». I és cert que el «jo» designa el subjecte de l'enunciació,⁵ però no el significa, no ens en diu res. La partícula «jo» tan sols designa el que emet enunciats, però només mentre està parlant. Així i tot, aquest «jo» no ens diu res del subjecte que parla.

Aleshores, qui parla? Qui parla quan no pensem el que diem? L'experiència de l'inconscient constata que podem no ser-hi en allò que diem i també que podem no voler dir el que diem. És per això que el lloc de l'enunciació és el lloc de l'inconscient.

El subjecte, en definitiva, és el que parla i no sap el que diu. Però no para de parlar. Per tant, el subjecte de l'enunciació (el que parla, el subjecte de l'inconscient) i el subjecte de l'enunciat (el que pensa, el subjecte de la consciència) no són sempre coincidents. El subjecte neix d'aquesta divisió que

4 Si no s'indica el contrari a la bibliografia, la traducció és nostra.

5 Lacan construeix el sintagma *subjecte de l'enunciació* arran del concepte d'*enunciació* de Benveniste, que es defineix per l'acte mateix de produir un enunciat.

es produeix en el moment mateix de fer un enunciat. El subjecte no és qui sap el que diu, perquè vacilla, s'esvaeix o cau davant dels seus propis enunciats. Som subjectes amb un jo intermitent. Un *Dasein* espàstic.

Aquestes intermitències es traslladen també als nostres desitjos: davant del mateix objecte, de vegades diem que sí que el volem, de vegades que no. Però el subjecte de desig, en tant que subjecte de la paraula, necessita sempre un altre a qui adreçar les seves demandes. El seu desig ha de passar per l'altre. És aquí on justament el nostre desig s'aliena perquè parlar, al cap i a la fi, és demanar. El que volem es fa paraula i es perd en la cadena de significants del discurs. Els significants d'aquest llenguatge de l'altre ens enfronten amb el nostre desconeixement, amb allò que no sabem.

El llenguatge ens humanitza i ens allunya dels instints i de l'animalitat. L'ús de les paraules transforma en demandes els crits no dirigits amb què el nadó reclama satisfer les seves necessitats. La demanda del nadó comença a articular-se amb paraules que es dirigeixen a l'altre que el cuida i l'estima. A diferència del crit, que alerta simplement d'una necessitat o d'un malestar, amb la demanda articulada en el llenguatge, hi ha també una demanda d'amor. L'objecte que l'adult ofereix al nadó per satisfer la seva demanda es converteix en una prova d'amor. Però, si bé en el cas de la necessitat sí que hi ha un objecte que la calma, en el cas de la demanda

—com que també ho és d'amor— no hi ha objecte que la satisfaci completament. Aquesta divisió que es produeix entre necessitat i demanda amb l'arribada del llenguatge ens deixa com a residu un desig insaciable. El desig és allò que sobra de la transformació de la necessitat en demanda a través de les paraules.

El desig divideix el subjecte perquè no pot trobar l'objecte que satisfaci totalment el que vol. Aquesta desavinença és justament la que ens llança a la recerca del desig. És des de la no reciprocitat, en els equívocs i malentesos, per la ineficàcia dels significants a l'hora d'expressar el que un vol dir, per on s'escola i circula el desig. Si el subjecte desitja, és perquè li falta alguna cosa. Si no hi ha falta, o si no s'experimenta la falta, no hi ha desig. Com podem arribar a conèixer el nostre propi desig sobrant i alienat? Què és allò que desitgem? És el mateix que el que volem? Com hem vist abans, per formular el nostre desig utilitzem el llenguatge de l'altre, a qui també ens dirigim per adreçar la nostra demanda. Farem ús de la paraula en tant que indret de l'altre. Per això el desig d'un, en realitat, queda articulats com el desig de l'altre.

La pregunta «què vols?», que ens retorna l'altre, és la que millor ens porta al camí del propi desig, un desig que ha guiat l'elecció dels significants que fem servir per descriure qui som i com som. Uns significants que han travessat el nostre cos. Hi ha paraules com *fill/filla* que ens designen a tots, però que per a cadascun de nosaltres volen dir una cosa ben diferent.

Tots hem ancorat aquesta paraula al nostre cos dependent de com l'altre ens l'ha tornat: amb menyspreu, amb tendresa o amb indiferència. Quan els progenitors moren, aquest *fill* que som tots ressonarà ben diferent per a cadascú de nosaltres. És el mateix cas que el del nom propi. Inevitablement, molts de nosaltres compartim amb altres desconeguts el nostre nom propi, el mateix significat. Però té una ressonància diferent en els nostres cossos que depèn de com l'hem sentit dir a l'altre: la veu del nostre amant o de la nostra parella pronunciant el nostre nom fa solcs en la nostra pell. El nostre nom propi està travessat pel desig de l'altre i deixa empremtes en el nostre cos.

És aquest subjecte, el que localitzem a l'enunciació, el que cal diferenciar de la subjectivitat de l'època. Si bé el subjecte és l'efecte de l'estructura del llenguatge, la subjectivitat de l'època és producte dels dispositius de poder. El subjecte travessat pel llenguatge emergeix com el que és contingent, dividit i inconsistent. És per aquesta raó que necessitarà recursos per suplir la seva falla constitutiva. Cada època s'encarrega de promoure subjectivitats atractives pels subjectes. Seran presentades com a condensacions entificadores del subjecte, com a variacions ontologitzades de les possibilitats de l'ésser que tornen a remetre a aquest subjecte consistent que, com hem vist, és una il·lusió. El subjecte en falta balla en els vaivens d'aquestes subjectivitats que teixeixen el moviment simbòlic de cada època.

2. El replegament identitari com un dels efectes de la globalització. Mecanismes d'identificació i segregació

El moviment simbòlic

Els subjectes són llançats a aquest moviment simbòlic que orchestra la subjectivitat de l'època. El que ens interessa estudiar és: en quins casos i per què els subjectes no assumeixen la subjectivitat contemporània? Tal com Jorge Alemán planteja al seu llibre *En la frontera. Sujeto y capitalismo* ('A la frontera. Subjecte i capitalisme'), com evitar, al cap i al fi, que no s'oblidi el subjecte en favor de la subjectivitat produïda pels mecanismes de poder? Com resistir-nos a l'alienació del subjecte per part de la subjectivitat de l'època?

Una de les formes de resistència contra el discurs capitalista consisteix justament a evitar l'oblit del subjecte i reconèixer les singularitats, una reivindicació que ha esdevingut més difícil amb el que es coneix

com el *debilitament del Simbòlic* respecte a períodes anteriors. Segons Lacan, el Simbòlic, junt amb el Real i l'Imaginari, són els tres registres del funcionament psíquic. L'Imaginari és la realitat que percebem. Aquesta percepció, però, no s'ha de pensar com un reflex passiu, sinó més aviat com a representació. Una representació concebuda com a imatge. La realitat és allò que ens trobem quan tornem a mirar. Aquesta percepció de la realitat està supeditada a les lleis del llenguatge, és a dir, a la lògica del significat, que és una lògica binària: la de la presència/absència; per això, com a subjectes travessats pel llenguatge, som espectadors intermitents de la realitat que ens envolta. L'alternança pròpia del registre simbòlic és la que orienta i dirigeix les representacions imaginàries i la que marca el ritme descompasat dels moviments de vaivé del subjecte. El Simbòlic, fundat en el llenguatge, està estructurat com un tot que forma una estructura dialèctica completa. En aquest sentit, la subjectivitat consisteix en el conjunt de símbols que pretenen abraçar la totalitat d'una experiència a través de la dotació de sentit. Pensem per exemple en l'ideal de subjecte virtuós que es va promoure a l'època victoriana d'acord amb la periodització anglosaxona. La subjectivitat d'aquesta època estava basada en la integritat moral i en la repressió de les emocions i de la sexualitat. Però cada ideal de subjecte té com a revers la singularitat de cadascun dels individus particulars, i aquells que s'allunyaven o es desviaven de la subjectivitat d'aquell

moment, de l'ideal de subjecte, eren llegits des de la seva singularitat.

Amb la caiguda dels ideals i la mort dels grans rellats que va anunciar Jean François Lyotard al darrer quart del segle xx no només ens trobem davant de la fi de la modernitat, sinó que, com afirma Paula Vallye, ens enfrontem a una mutació imparabile en el terreny del llenguatge, on el que és singular deixa de ser el revers o el contrapunt de l'ideal. Si bé el subjecte modern estava sostingut per uns ideals de subjecte que algunes vegades el duia a agrupar-se per causes comunes, la subjectivitat postmoderna es caracteritza per una individualització creixent que és impulsada a buscar solucions biogràfiques a contradiccions sistèmiques, com bé assenyalen Ulrich Beck i Elisabeth Beck-Gernsheim, i que es caracteritza per l'abandonament generalitzat del fet social, com assenyala Lipovetsky a *L'ère du vide: Essais sur l'individualisme contemporain* ('L'era del buit: Assajos sobre l'individualisme contemporani'): «totes les "altures" es van enfonsant, arrossegades per la vasta operació de neutralització i banalització socials. Únicament l'esfera privada sembla que surt victoriosa d'aquest sistema submarí apàtic; cuidar la salut, preservar la situació material, desprendre's dels "complexos", esperar les vacances; viure sense ideal, sense objectiu transcendent resulta possible». Els ideals de subjecte contemporanis no tenen el caràcter universal que tenien els anteriors perquè presenten una consistència diferent: són volubles, fluctuants i oscil·lants. Actualment,

se'ns ofereix una gran varietat d'ideals canvians amb els quals podem identificar-nos. El debilitament del Simbòlic se supleix amb les certeses que se sostenen des de certs ideals de criança o del consum de productes ecològics, artesanals i de proximitat. Mentre que en altres èpoques el Simbòlic s'ordenava amb figures d'autoritat familiar, religiosa o política (el pare, el bisbe i el rei), en l'actualitat el valor de veritat atorgat a «el que és natural» organitza part del Simbòlic i del mercat de gaudi. Però la pregunta és: aquests ideals tenen la mateixa força de cohesió grupal que els d'èpoques anteriors? Com funcionen els mecanismes d'identificació en un moment de debilitament del registre simbòlic?

El debilitament del Simbòlic

El debilitament del Simbòlic té efectes en la relació entre el llenguatge i les imatges. Si el Simbòlic canvia, l'Imaginari també ho farà. Pensem en les xarxes socials. De fa un temps, s'hi pot observar un retrocés de la paraula respecte a la imatge en plataformes recents com Instagram o Twitter, en les quals ens trobem que majoritàriament hi ha imatges o que el nombre de paraules està limitat. Tot i així, no han desaparegut els petits relats que un suposa sobre les imatges que l'altre penja a les xarxes. En la majoria dels casos, encara estem en un escenari en el qual pensem que la persona ha penjat la imatge amb una intenció determinada.

El que interessa a qui mira és justament el subjecte de l'enunciació: qui hi ha darrere d'aquella foto, quina intenció té i què vol obtenir o expressar amb això, de la mateixa manera que ens preguntem qui hi ha darrere del «jo» de l'enunciat. És a dir, aquestes noves plataformes socials, tot i la preponderància de la imatge, també es nodreixen de la matriu intersubjectiva que suposa un subjecte del llenguatge. Continuem immersos en el moviment simbòlic que dissocia el dir del voler-dir i que dirigeix la mirada que adreçem a les imatges. A més a més, gaudim pensant que hi ha una intenció més enllà del que ens diuen o més enllà de la foto. De vegades, mirant les imatges que ha penjat l'altre, sentim la sensació d'entendre alguna cosa que ha superat el significat que se'ns escapava.

El que mira la imatge, per tant, no només és espectador, sinó que convoca una sèrie de suposicions sobre l'altre que li permet establir un diàleg. Però, quin tipus de diàleg és?

Avui dia, davant de l'excés d'imatges, la singularitat tendeix a esborrar-se perquè l'acumulació s'acaba llegint des de dues o tres categories: l'èxit, la felicitat i la bellesa. Aquests tres termes es converteixen en imperatius que mediatitzen el nostre accés a les imatges, empobreixen el relat que en podríem construir i redueixen la nostra experiència a tres possibilitats. En certes aplicacions mòbils, com per exemple Instagram, quan fem una cerca, les imatges se'ns presenten de manera serialitzada, i amb l'*scroll*

ens movem per aquest conjunt d'imatges col·locades l'una darrere l'altra sense relat. En aquestes ocasions, ens trobem amb un agrupament infinit d'imatges que es van referint les unes a les altres com un desert de miralls que no comuniquen res, sense agències, sense discurs i sense missatge. Com una doble hèlice d'ADN de la qual mai veiem l'inici però sí el moviment que fa, el seu gir autoreferencial en el qual les imatges es reflecteixen entre si en un moviment continu. El moviment del dit que passa pantalles sense pensar —l'*scroll* vertical de Facebook o l'horitzontal de Tinder— no és un moviment simbòlic, sinó un moviment que ens atrapa i que pot arribar a ser extàtic, plaent. Un gest mecànic que ens sostrau del pensar i de nosaltres mateixos.

La repetició compulsiva del retrat d'un mateix amb les *selfies* també produeix un desert d'imatges en la pretensió vana de trobar la imatge perfecta. Aquesta serialització de fotografies que respon a un gaudi autoeròtic narcisista pretén capturar un jo, però no des del relat, sinó des del seu propi reflex. Aquí, el Simbòlic cedeix terreny davant de l'Imaginari. La singularitat s'esborra en la sobreexposició, s'amaga darrere de les imatges que publica a les xarxes socials i s'exhibeix a un altre que mira, no a un altre que escolta o que parla.

El segon fenomen actual que ens permet il·lustrar aquest debilitament del Simbòlic i la sostracció del subjecte de la paraula és el *ghosting*, que consisteix a acabar una relació afectiva o sexo-afectiva retirant

la paraula a l'altre i tallant tot contacte sense donar explicacions. Una vinyeta de Freud a *Més enllà del principi del plaer* ens permet entendre, per una banda, com l'ordre simbòlic constitueix el subjecte i, per l'altra, la possible mutació contemporània d'aquest joc simbòlic d'alternances de la presència/absència o del desaparèixer/aparèixer.

Un dia, Freud observava com jugava el seu net Ernst d'un any i mig. L'Ernst llençava un rodet de fil amb força per darrere de la barana del bressol i, mentre l'objecte s'allunyava, ell cridava: «Ha marxat!» (*Fort!*). Just després, el nen estirava el fil per recuperar el rodet i deia: «És aquí!» (*Da!*). Segons Freud, aquest joc repeteix el trauma de la desaparició de la mare. El nen s'inventa un patró que compensa el dolor que sent quan la mare no hi és. En el seu joc, ell està en la posició d'agent i és qui fa que l'objecte aparegui i desaparegui. D'aquesta manera participa activament en l'alternança presència/absència que ell viu de manera traumàtica en relació amb la mare, en la qual només és passiu. A més a més, el nen hi posa paraules: «ha marxat / és aquí». La metàfora del joc substitueix el trauma, és a dir, a través de la seva representació, el nen aconsegueix dominar la realitat i dona la volta al trauma en benefici seu, perquè és ell qui —simbòlicament— deixa la mare una vegada i una altra. Així es produeix l'entrada del subjecte en el Simbòlic.

El nen es posa molt content quan descobreix que és ell qui controla el retorn de l'objecte perdut

primordial, és a dir, la mare. A partir d'aquest moment, el nen podrà mobilitzar el seu desig cap a altres objectes substitutius d'aquest objecte perdut i començar a fer camí en el traçat del vaivé. Pot dir-se, doncs, que l'entrada en el llenguatge suposa l'entrada en el Simbòlic: aprendre a substituir i a metaforitzar les pèrdues i les absències. No és sinó des de la falta de l'objecte des d'on es van constituint els vincles amb l'altre, tal com diu Masotta a les seves *Leciones de Introducción al Psicoanálisis* ('Lliçons d'introducció a la psicoanàlisi'). A través del llenguatge, el nen deixa de ser l'objecte de desig de l'altre i esdevé subjecte. Ara bé, tal com vam veure al capítol anterior, com a subjecte del llenguatge, el desig que a partir d'ara el portarà a objectes substitutius es fa paraula, es formula en enunciat en forma de demanda i es perd en la cadena dels significants del discurs. Per entrar al Simbòlic s'han de pagar dos peatges: acceptar la pèrdua de la mare i assumir que, a partir d'aquest moment, el nostre desig serà sempre el desig de l'altre.

El debilitament del Simbòlic de la nostra època té efectes en aquesta alternança entre presència/absència. De fet, és molt comú sentir que vivim en un present perpetu on ens ho juguem tot. Molts cops les persones només volen oferir present. Observem com el fil que uneix la presència amb l'absència s'està esfilagarsant. En el cas del *ghosting* es veu un esforç per mantenir l'altre en un sol pol de la dialèctica. Si bé que l'altre desaparegui és una cosa que ha passat

tota la vida, com aquells que anaven a buscar tabac i no tornaven, les noves tecnologies fan més difícil l'elaboració de l'absència de l'altre, perquè pot arribar a ser molt present a les xarxes socials i a les diferents aplicacions de missatgeria. Tant a WhatsApp com a Telegram, Instagram o Twitter podem veure si l'altre ha tingut algun tipus d'activitat, si s'ha connectat, si ha penjat alguna cosa, si ha fet algun M'agrada o si ha vist els nostres missatges. Disposem de molts mecanismes per controlar la presència de l'altre i això transforma les expectatives que tenim respecte a la seva resposta cap a nosaltres. Quan després d'una relació l'altre desapareix, tots aquests espais virtuals poden llegir-se en clau personal i no s'entén com pot ser que, si a l'altre se'l veu connectat, no contesti els nostres missatges i ens deixi en Vist.

La retirada de la paraula, dels M'agrada, dels comentaris a les xarxes, fins a arribar al bloqueig donen fe de totes les operacions que ara han de fer els subjectes per poder desaparèixer. Davant de la desaparició abrupta i apellant a la instantaneïtat que caracteritza aquests dispositius i aplicacions, un pot sentir-se empès a reclamar la presència de l'altre. En comptes de metaforitzar la desaparició del *ghoster* i treballar-ne l'absència, la persona repeteix la demanda de presència cap a ella en tots els mitjans possibles.

No hi ha, per tant, un tractament simbòlic de la separació de l'altre. Si traslladem el patró del net de Freud a aquest fenomen, podríem afirmar que la persona llença el missatge de reclam com si fos el carret,

però en comptes de recollir el fil, envia un altre misatge, és a dir, agafa un carret nou i el llença també. No hi ha recuperació dels carrets ni un treball de l'absència, s'imposa una repetició, una serialització que insisteix en el reclam de presència. Aquesta disposició en sèrie mediatitzada per les noves tecnologies no permet el joc del *fort-da*. Tampoc en el cas del *ghoster*, que fa desaparèixer l'altre sense més i repeteix aquest patró una vegada i una altra amb nous subjectes. Estem, doncs, en tots dos casos, davant d'una presència que posa els elements en sèrie i els treu de la cadena simbòlica. Una repetició compulsiva del *fort* que no es completa amb un *da*. El que resulta de no treballar la pèrdua i de no poder separar-se de l'altre és un *ghost*, un fantasma que no és ni aquí (*da*) ni allà (*fort*). L'acumulació de carrets sense retorn a sota del llit o el sofà arribarà a ser com l'acumulació de deixalles a la deriva de l'Atlàntic Nord.

Si en el cas de les *selfies* els subjectes s'oculten en les imatges serialitzades d'ells mateixos, en aquest cas, els que pateixen *ghosting* se sostreuen en l'automatisme de la repetició, mentre que els *ghosters* s'amaguen en el silenci i en la retirada de la paraula. Tots tres són exemples de com el debilitament del Simbòlic té un impacte en les possibilitats de fer vincle amb els altres.

#metoo

No només se serialitzen les imatges, les repeticions o les insistències; hi ha ocasions en què els jos se'ns presenten també en sèrie. Observem com en el nostre segle diferents collectius prenen la paraula i s'enuncien amb un «jo» o amb un «nosaltres» per reivindicar els seus drets: *#metoo*, *Je suis Charlie* o *Yes, we can*.⁶ Gràcies a les noves tecnologies i les xarxes socials aquestes protestes s'han fet virals. A més, les diferents plataformes han permès que els jos es puguin encadenar l'un darrere de l'altre, com en el cas dels *hashtags*.

Encara que les frases comencin amb un jo, el subjecte d'aquests enunciats remet sempre a un subjecte plural. Les persones que posen a circular aquests enunciats, a més, s'identifiquen amb les reivindicacions, és a dir, s'impliquen en un ideal que volen assolir invocant un «nosaltres», un subjecte plural en el qual es reconeixen. Però aquesta identificació la fan en contra d'altres «nosaltres» dels quals es diferencien. Aleshores, per pensar un «nosaltres» cal tenir sempre un altre segregat. És per això que les identificacions generen segregació. Aquesta discriminació

6 Convé assenyalar una diferència important en aquests enunciats. Sense entrar en una anàlisi en profunditat, sí que creiem necessari apuntar la diferència entre el *je* que, com vam veure, indica el lloc de l'enunciació, i el *moi* (o el pronom *me* del *#metoo*) que està més del costat de l'imaginar i de les identificacions.

es converteix en un repte per l'objectiu delirant de la democràcia del «tots iguals». En nom de la democràcia, de la vida en comú i de la justícia social estem disposats a renunciar a certes coses justament perquè els altres també participen d'aquesta renúncia. Aquesta exigència d'igualtat ens permet sobreviure com a grup i ens commina a complir una sèrie de deures i prohibicions compartides. Les identifications de la nostra època es fan entre jos iguals. Però aquest «tots iguals» és, si més no, problemàtic. L'exigència d'igualtat —que es presenta com quelcom lògic i desitjable— s'esquerda amb el funcionament de les identifications.

Clotilde Leguil observa que, com més intentem convocar un «nosaltres global», més emergirà un «nosaltres local» que ressorgirà com el retorn del rebutjat. La globalització ha esborrat les fronteres i s'ha apropiat d'un tots que passeja amb orgull pel planeta, fent-ne bandera. Tots amb WhatsApp o Telegram, tots amb iPhone, tots connectats a la xarxa. Davant del risc de desaparició del fet singular sota aquest tots esclafador es produeix un replegament identitari que sovint té aspiracions locals. Les identitats polítiques locals prenen la paraula per desbaratar les lleis del fet global, es pluralitzen els «nosaltres» i cau el «tots-iguals». Un exemple d'aquest fenomen d'emergència d'allò particular com a reacció a les polítiques globals consistiria en les associacions veïnals que promouen activitats a escala local apel·lant a lògiques identitàries: «la gent del barri». En canvi,

la creació recent a Barcelona del Sindicat de Llogateres s'articula al voltant d'una lògica no identitària en la mesura que es genera en relació amb la condició de llogater i, per tant, hi poden participar de manera transversal gent de diferents cultures, gèneres i ideologies.

Aquest replegament també l'hem pogut observar dins del moviment feminista: la universalització de la lluita feminista ha estat indissociable de la multiplicació de les identitats de gènere, d'una atomització de noves identitats que des de la seva reivindicació particular volen formar part del moviment global. Un conjunt de «petits nosaltres» reclama formar part del «nosaltres global» del qual senten que no formen part o on troben quelcom, un obstacle, que no els permet identificar-s'hi. Aquests «nosaltres» que se senten exclosos del moviment més globalitzat han anat fent símptoma en la collecció d'adjectius i sintagmes que han matisat al llarg d'aquests anys categories universals com la paraula *dona*: les dones negres no se sentien identificades amb les reivindicacions de les dones blanques, les lesbianes no tenien res a veure amb les dones blanques heterosexuales, les dones de classe treballadora es van agrupar contra les intel·lectuals franceses del feminisme de la diferència. I avui dia, les dones trans no es veuen identificades amb les reivindicacions de certs sectors del feminisme contemporani i se'n senten excloses. Si bé les reivindicacions de la lluita feminista que tenen a veure amb una igualtat efectiva dels drets dels homes i les dones

en la seva dimensió legal i econòmica són necessàries i lògiques, quan s'enuncien del costat de les identitats i de les identificacions, és a dir, des de les fórmules del ser («totes les dones són...», «tots els homes són...»), provoca el replegament identitari amb el sorgiment de la segregació de la qual parlàvem.

La lògica de l'universal, del tots i totes, posa en funcionament el llaç social i ens permet dur a terme accions de manera conjunta. Però hi ha també una lògica del no-tot que és la que regeix el que s'ha anomenat la feminització del món. La lògica femenina del no-tot assenyala que no tot es pot saber, que no tot afecta de la mateixa manera i que no tot es pot dir, és a dir, qüestiona l'eficàcia del Simbòlic com a totalitat i la viralització de les identificacions. La feminització del món consisteix a buidar aquest «tots» amb pretensió d'universal.

Identificació i formes de subjectivació patriarcal

La identificació és la forma de vincle afectiu que posem en marxa els subjectes per relacionar-nos amb els altres. Sigmund Freud va ser el primer que va descriure'n el funcionament en el llibre *Psicologia social dels grups i anàlisi del jo*.

En aquest llibre, en què Freud explora el comportament de l'individu en el grup social, es descriuen dos tipus d'identificacions: una amb els progenitors

i una altra amb els iguals. El primer objecte d'amor de qualsevol subjecte és la mare o la persona que sostingui la funció materna. Posteriorment, en el cas dels nens, s'observa un interès pel pare o per aquell que encarni la funció paterna. El nen s'identifica amb ell, és a dir, pren el pare com a ideal. Així el nen estableix dos vincles alhora: un amb el pare —a qui pren com a model— i l'altre amb la mare, a la qual investeix com a objecte de plaer. Amb el temps la seva identificació amb el pare adquireix un to hostil, ja que el seu desig és ser el pare mateix i ocupar el seu lloc al costat de la mare. La identificació amb el pare o amb qui faci la funció paterna es torna ambivalent: per una banda, admiració; per l'altra, hostilitat. En el cas de les nenes, la manera d'identificar-se és diferent: mostren agressivitat cap a la mare i, a la vegada, dirigeixen el seu anhel cap al pare. Famosament, Freud va recórrer al mite d'Èdip per il·lustrar el funcionament de les identifications i articular-les teòricament.

Després d'aquesta identificació primària —en un segon temps—, té lloc el que s'anomena la identificació entre iguals. Per exemple, en el cas que neixi un germà o germana, l'infant gelós voldrà mantenir-lo lluny dels pares. S'adona, però, que els progenitors també estimen el seu germà. Aleshores desistirà i es veurà impulsat a identificar-se amb altres infants. L'escola intenta tractar tots els nens i nenes per igual. Si un no pot ser el preferit, cap altre haurà de ser-ho. La gelosia, per tant, es veu substituïda pel

sentiment de massa. Aquesta segona identificació aniria en la línia dels fenòmens que hem descrit com la serialització dels jos.

En diferents moments de la història, les concepcions i definicions de què és ser un home o una dona s'han anat modificant, i això està relacionat, en part, amb el joc de les identificacions. Abans, l'home se sostenia en un ideal de virilitat, que s'acabava traduïnt en control i poder, posicions que els nous temps i la lluita feminista han qüestionat. La crítica al patriarcat i la demanda del seu enderrocament encara són crits de guerra a les mobilitzacions feministes. Semblaria que la subjectivitat patriarcal comença a mostrar fissures amb el que es coneix com les noves masculinitats, que constitueixen alternatives al model de masculinitat hegemònica.

Però realment ha retrocedit el masclisme sota els imperatius capitalistes? El psicoanalista argentí Luciano Lutereau anomena el primer tipus d'identificació descrita per Freud com el mecanisme de subjectivació patriarcal per excel·lència. El moviment de recórrer al pare, d'identificar-se amb ell, per poder deixar la mare és el que caracteritza la producció de subjectes del patriarcat.

En aquest dispositiu de subjectivació, l'home és aquell que, arribat un cert moment, ha de fer algun acte que demostrï la seva potència. Un exemple d'acte seria el del debut sexual, que va ser un dels ritus de passatge típics de la masculinitat patriarcal del segle XIX: el pare o un substitut del pare (una figura

masculina que ja sigui un home) acompanya el jove a iniciar-se amb una prostituta. L'important d'aquest ritu de passatge no és el debut sexual, sinó que l'objecte d'amor no sigui un home. Això s'ha d'entendre en el context social de l'època, on l'homosexualitat no estava encara reconeguda. Lutereau es fixa en la importància de com la figura masculina acompanyant es queda fora de l'habitació. La funció de la prostituta no és tant la de substituir la mare en una relació no incestuosa, com mostrar que la relació sexual no es dona amb una figura masculina. La prostituta encobreix l'homoerotisme. L'acte que se li està demanant a l'home és que abandoni la seva mare com a objecte de desig i que l'home com a objecte de desig quedi fora de l'escena sexual, i per això necessita un testimoni masculí. D'una banda queda la identificació amb un altre home; de l'altra, l'objecte de desig-dona. Dos espais separats. Allò amb què un s'identifica, allò que un vol *ser*, no és el que un vol *tenir*, no és l'objecte de desig.

La paradoxa de la masculinitat patriarcal és que deixar la mare és un mandat impossible. No es deixa mai la mare o qui compleix la funció materna, i l'home ha d'aprendre a viure amb això. Encara dins de la lògica de la subjectivitat patriarcal, Lutereau observa que des de fa unes dècades ens trobem de manera més sovint amb homes que no se senten cridats a fer cap acte, es destitueixen de l'acte i no semblen interessats a demostrar res. La relaxació dels models socials ha tingut com a conseqüència que no es vegin

tan interpellats com abans a casar-se i formar una família. Aquests homes s'identifiquen amb el lloc d'aquell que desitja. En aquesta identificació com a seductors compulsius, hi ha un rebuig de l'acompliment del propi desig, atès que, com dèiem abans, un no pot tenir allò amb què s'identifica. Estem davant d'homes que ja no se subjectiven per la via de l'execució d'actes, sinó per la identificació amb el lloc del seductor.

Tal com afirma Butler a *Subjects of desire: Hegelian reflections in twentieth-century France* ('Subjectes de desig: Reflexions hegelianes a la França del segle xx'), voler convertir-se en allò que és desitjat es troba als antípodes de ser subjecte de desig, és a dir, d'aquell que es presenta des de la contradicció interna que el divideix:

El subjecte de desig es presenta ara com una contradicció interna. Fundat com a defensa necessària contra la fusió libidinal amb el cos matern, el subjecte es concep com a producte d'una prohibició. El desig és el residu d'aquella unió primigènia, el record afectiu d'un plaer anterior al procés d'individuació.

Tot i així, aquest tipus d'homes que només ofereixen present són objecte de desig de moltes dones. La relació d'aquests grans seductors amb el seu objecte de gaudi —que no de desig— és la mateixa que en el cas de la subjectivitat patriarcal, i, fins i tot, s'ha intensificat.

Les reivindicacions des del feminisme que critiquen el fet que la dona sigui reduïda a pur objecte de gaudi de l'home no es resolten en els seductors compulsius. El consum en sèrie de dones com a objectes de gaudi s'ha potenciat amb el mandat capitalista, que ens impelleix a tots a gaudir sense límits. Aquest consum desenfrenat, propiciat per les noves tecnologies, no és exclusiu de les subjectivitats patriarcals, s'ha estès a tots els gèneres i està transformant les maneres de fer vincle amorós.

La caiguda dels grans relats de la modernitat, el debilitament del Simbòlic, la serialització dels jos a les reivindicacions socials i el consum desenfrenat de l'altre com a objecte de gaudi ens confronta a nous mecanismes d'identificació i noves maneres de fer vincle amb l'altre. Els recursos imaginaris que venen a suplir l'afebliment del Simbòlic tenen sovint el caràcter d'excés: l'acumulació dels milers de fotografies que fem sobrepassa la capacitat de construir un relat sobre la nostra experiència. Intentar copsar quelcom del jo des de la imatge, des de les identificacions o des de les identitats genera un residu que cada cop se'ns fa més difícil de reciclar simbòlicament.



3. El mercat de les identitats. El gènere com a producte de consum

El cos que es té

Vèiem al capítol anterior la interrelació entre el registre simbòlic i el registre imaginari. Com afecta el debilitament del Simbòlic a la imatge que tenim del nostre cos? Hem vist com el llenguatge hi deixa empremtes, però el cos no és només una superfície d'inscripció, sinó també un lloc de gaudi. Els nostres són cossos sexuats. Des de la psicoanàlisi, però, la diferència entre organisme i cos és fonamental per entendre la qüestió de la identitat sexual.

El cos és el resultat de la trobada de l'organisme amb el llenguatge, advertint que les paraules tenen efectes diversos. Més enllà de ser un organisme viu, cadascun de nosaltres, com a ésser parlant, s'ha hagut de fer amb un cos. La medicina, per exemple, no té en compte aquest esdeveniment. El cos de la medicina

és el cos fotografiat, el que surt representat a les radiografies i als escàners, i també l'objecte que es pot biopsiar i trossejar per tal de sotmetre'l a proves. És un mer objecte mesurable i diagnosticable. Des de la medicina, el subjecte és reduït a organisme, és a dir, a un conjunt d'òrgans. El relat del pacient sobre els seus símptomes és instrumentalitzat per orientar les proves diagnòstiques. Però els nostres cossos —que no els nostres organismes— estan teixits amb significants, amb les paraules de l'altre carregades d'afecte, d'aversion, d'amor o de rebuig.

Conèixer el nostre cos equivaldria a desplegar l'estructura significant que hem anat travant per donar-li consistència, a cercar les paraules que el componen. Caldria també que esbrinéssim com és la càrrega de tots aquells afectes que funcionen com a amalgama perquè aquestes paraules que hem escollit del discurs de l'altre no vagin soltes i puguem arribar a sentir que tenim un cos. Reconèixer el nostre cos consisteix a resseguir el traç de la constel·lació de paraules que ens hem donat o que ens donem per descriure'l. Què diem del nostre cos? Amb quines paraules ens hi referim? En definitiva, quin cos ens hem donat cadascun de nosaltres?

El cos que tenim és un cos que se sent com a viu, que gaudeix, i aquest gaudi és singular: cadascú gaudeix a la seva manera. El gaudi no es redueix simplement a l'experiència de plaer, sinó que també fa referència a allò que se satisfà en el desplaer i que, tot i produir-nos cert malestar, ens empeny a repetir-ho.

A la pràctica clínica es localitza molt bé el gaudi en aquells pacients que no volen deixar de parlar dels seus símptomes. Parlen d'ells com d'una cosa que els molesta i que els causa desplaer, però alhora en parlen contínuament. No volen deixar anar els símptomes i els convoquen sense parar, és a dir, no volen deixar de gaudir. Podríem dir que el gaudi és com un plaer que no es coneix a si mateix i que se'ns presenta com una satisfacció misteriosa o un enigma que no para d'esmunyir-se entre el plaer i el desplaer.

El fet que el gaudi sigui singular vol dir que ningú podrà gaudir per tu, i que tampoc es pot gaudir col·lectivament. És cert que, per exemple, en un concert un pot sentir una certa sintonia amb la resta i compartir emocions intenses, però això no és el gaudi tal com l'hem descrit, perquè està relacionat amb una experiència particular dels subjectes. La singularitat del nostre gaudi té conseqüències en la trobada dels cossos: el gaudi de l'altre sempre serà un misteri per a nosaltres, justament perquè, encara que l'hi preguntem, no podrà acabar de posar-hi paraules. Nosaltres tampoc tenim un accés transparent al nostre propi gaudi. Gaudir del cos suposa topar amb el límit del llenguatge, amb un impossible de simbolitzar on el discurs no arriba. Per tant, és possible gaudir fora del llenguatge, més enllà de les paraules. En el cos que gaudeix hi ha forats on l'ordre simbòlic de les paraules no arriba, on el significat imposa la seva condició, que consisteix en la prohibició del gaudi. Per això, l'accés al gaudi és un interdicte per a qui

parla i no pot dir-se sinó entre línies. L'etimologia del terme *interdicte* ens orienta en la localització d'aquest gaudi: des del llatí *interdictum*, passant per l'*inter-dicte* i fins a arribar a l'*entre-dit*. És freqüent experimentar moments d'emoció extrema o d'èxtasi orgàstic on les paraules es queden curtes per descriure'ls.

De fet, diem que tenim un cos, però mai n'acabem de ser propietaris del tot. No podem fixar completament la imatge del nostre cos com nosaltres voldríem. Algun cop a la vida, tots hem sentit que hi ha dies en què no ens agrada la imatge del cos que ens retorna el mirall, i d'altres en què ens entusiasma. La imatge del nostre cos és, per tant, inestable i depèn de les nostres paraules i de les paraules de l'altre, a diferència de l'organisme, que està més enllà d'aquest vaivé lingüístic.

La manera de què s'ha parlat del cos al llarg de la història també ha anat canviant. Els discursos que es refereixen als cossos instauren i promouen unes pràctiques reguladores determinades que també fan marca i deixen empremta. Per tant, els discursos no només produeixen subjectivitats, sinó també cossos. El cos és un lloc de gaudi i també la superfície d'inscripció dels discursos de poder, de les seves regulacions, de les lleis, de les mesures administratives, de les institucions que els tanquen i, al cap i a la fi, dels dispositius que regulen com hem de gaudir dels nostres cossos i quins són els límits del seu gaudi. Els nostres cossos també són territoris polítics, tal com apunta Dorotea Gómez Grijalva.

Subjectes (il·)legibles

Un dels efectes del discurs contemporani consisteix en la pluralització de les identitats de gènere. Només cal obrir una aplicació per buscar parella per trobar-hi més de quaranta possibilitats diferents. Tot i que la identitat de gènere és un tipus d'identitat, com també ho són la identitat política, la religiosa o la virtual, estem en un moment en el qual la identitat de gènere és tan central que —com afirma Judith Butler a *Problemes de gènere: el feminisme i la subversió de la identitat*— la identitat s'ha assimilat a la identitat de gènere. De fet, estem d'acord amb ella quan afirma que les persones només es tornen intel·ligibles quan posseeixen un gènere que s'ajusta als codis de lectura del moment. El gènere ha esdevingut fonamental per identificar una persona i ens sentim molestes o incòmodes quan no podem llegir el gènere de l'altre, quan tenim al davant una persona amb una identitat de gènere que no és evident, és a dir, que no s'ajusta als criteris de llegibilitat normatius. L'enigma que l'altre ens desperta respecte a la seva identitat ens mou a pensar sobre la nostra. La necessitat primordial d'atorgar una categoria en relació amb el gènere per poder interactuar amb l'altre també té com a conseqüència una certa pressió a posicionar-nos en aquest sentit. Ens interroguem més que en èpoques anteriors sobre si ens sentim bé amb el gènere que ens han assignat en néixer i se'ns interpella més a parlar-ne.

Els discursos del gènere han travessat la concepció clàssica d'identitat i han tocat de ple la línia de flotació d'un dels seus supòsits: la identitat personal com una entitat estable, coherent i contínua en el temps. Les teories del gènere contemporànies justament desmunten aquests paràmetres de la identitat que han forjat un determinat marc d'intel·ligibilitat. Tal com hem anat explicant el subjecte en aquest llibre, no podem estar més d'acord en el qüestionament d'aquesta idea d'identitat com a entitat unificadora del subjecte. La mera emergència de l'inconscient divideix el subjecte i trenca aquesta suposada unitat. Els subjectes no viuen aquesta unitat si no és des de l'ideal. I d'ideals el mercat n'és ple, com els ideals de criança o els de consum sostenible. Fins i tot, podríem considerar l'elecció de gènere del costat de l'ideal perquè està basada en un supòsit: que la tria voluntària equival a la satisfacció. Però, el fet d'escollir no és garantia que allò que escollim ens faci feliços. I no ens ven l'esperit del capitalisme que és en el mateix fet d'escollir on es troba la felicitat?

En aquest punt és inevitable pensar que, com que no hi ha unitat, com ens arreglem els subjectes per viure amb aquesta divisió que tothora volen suturar? La major part del temps gaudim d'una percepció subjectiva més o menys estable de nosaltres mateixos, encara que sigui intermitent. És això la percepció d'una identitat? Aquí és on la psicoanàlisi dirà: la identitat no és on un la pensa. Habitualment es creu que la identitat és quelcom propi que hem escollit,

però cadascú de nosaltres està supeditat a un imperatiu d'identitat que gestiona sempre un altre. El que sotmet els subjectes a ser idèntics és aquest altre. Documents identificatius com el carnet, el pasaport, la targeta de la seguretat social o el número d'identificació fiscal ens obliguen a ser allò que consta en aquests papers i a mantenir-ho en el temps. Aquestes identitats de paper les emet sempre una autoritat externa. És en aquest sentit que afirmem que el subjecte està sotmès a ser idèntic, i aquesta exigència està suportada fins i tot pel nostre nom propi: un nom escollit per l'altre i al qual hem de respondre des del nostre ser: «Soc...».

La identitat de gènere, en tant que identitat, també passa per l'altre. La major part de les reivindicacions es basen en aquest reconeixement: que hi hagi constància del meu canvi de nom en el carnet; que la llei em permeti canviar de sexe; en definitiva, que la meua identitat prengui forma sobre paper. Un pot voler dir-se i escollir la identitat que vulgui, però amb això no n'hi ha prou. Demanem a l'altre que ens anomeni d'una altra manera o que per referir-se a nosaltres utilitzi un pronom diferent del d'abans. També volem que l'estat reconegui aquests canvis en els documents que ens identifiquen i que els objectivi, d'acord amb el seu llenguatge d'estat. La percepció subjectiva que cadascun de nosaltres té sobre el seu propi gènere passa per la validació de l'altre en la seva dimensió pública i en l'adquisició de drets socials i econòmics.

Jamie Shupe, un soldat americà retirat, va ser el primer estatunidenc que va obtenir el reconeixement legal del seu gènere com a no-binari el 2016. Tres anys abans havia fet el trànsit d'home a dona, però no estava convençut de la seva elecció. A la designació de sexe del seu passaport, ell volia escriure una X, perquè no s'identificava ni amb el gènere dona ni amb el gènere home. Li van denegar aquesta opció i ell va anar a judici. En l'imperatiu implícit a la identitat de paper que obligava en Jamie a escollir entre els significants «home» o «dona», ell s'identificava amb una «X». Aquesta identitat de l'altre que sentim molt nostra de vegades no és sostenible subjectivament. I per entendre aquest fenomen ens aturarem a veure de molt a prop com és l'estructura del significat i com funciona. Això ens permetrà valorar la dimensió significant de les paraules masculí i femení, així com la qüestió del fet binari.

Certament, el significat té un funcionament binari. La lògica binària està fundada en la diferència del parell presència/absència. És aquesta lògica la mateixa que la del parell masculí/femení? Per a la psicoanàlisi, l'estudi del funcionament del significat és una qüestió central. El punt de mira es posa sobretot en la relació que estableixen els significants entre si, no tant en el seu significat.

El que normalment fem quan volem saber què vol dir una paraula és consultar-ne la definició, el seu contingut conceptual, és a dir, allò que indica una combinació de lletres desconeguda. Els significats es

troben llistats en els diccionaris. En canvi, la significació —que no el significat— és la capacitat del significat (d'una d'aquestes combinacions aleatòries de lletres) per produir significats. Estarem d'acord que una paraula com *dona* no té una definició tanca- da i la seva capacitat per produir significats diferents encara avui és sorprenent. Per exemple, l'aparició del sintagma *dona trans* i la seva relació amb el signi- ficant *dona* redefeixen què és una dona, igual que quan s'empra el significat *lesbiana* tal com ho va fer Monique Wittig en *The straight mind* ('La ment hete- ro'): les lesbianes no som dones. Els termes *dona trans* i *lesbiana* resignifiquen la paraula *dona*. Per tant, l'abordatge en la qüestió del binarisme de gènere no és tant què volen dir els termes *femení* o *masculí*, sinó quina és la relació d'aquests termes entre si i entre la resta de significats.

Tenir un jo: la identificació amb el significat

Per comprendre aquesta aproximació a l'estudi del significat, és necessari introduir breument la teoria saussuriana de la qual deriva. La dicotomia entre signi- ficat i significat va ser teoritzada per Ferdinand de Saussure en el seu *Curs de lingüística general*. Se- gons aquest autor, al cervell del subjecte que vol par- lar es troben associats els conceptes a les imatges acústiques que els representen. El cervell, seguint un procés fisiològic, transmet als òrgans de fonació, de

la parla, l'impuls que representa la imatge acústica que vol comunicar. Les ones sonores que emet el subjecte que parla es propaguen fins al subjecte que escolta. Quan la sèrie de sons arriben a l'oïda del receptor, aquest associa la imatge acústica en el cervell a un concepte i és aleshores quan entén la paraula o el missatge. Els paràmetres d'aquest model de comunicació amb l'altre són molt diferents dels que vam exposar al primer capítol quan dèiem que l'estructura del llenguatge era constituent del subjecte. El model saussurià es basa en el procés fisiològic, en el substrat biològic d'un procés de comunicació que arrenca d'un supòsit: el llenguatge és present en el nostre cervell sota la forma de conceptes i imatges acústiques, i òrgans com l'oïda o els òrgans de fonació ens en faciliten l'ús per comunicar-nos amb l'altre. La comunicació entre nosaltres és possible perquè el llenguatge està per igual en els nostres cervells i funciona de manera anàloga. Òbviament, no hi ha ni rastre de la singularitat del subjecte, ja que en aquesta teoria es redueix el llenguatge a la seva funció comunicativa. No ens mostra la divisió entre el que el subjecte enuncia i si ell és o no l'enunciant.

Saussure envolta el significat —el concepte—, i el significat —la imatge acústica— en un cercle que representa la unió i la interdependència dels dos termes (Figura 1). Les fletxes indiquen el recorregut que va de l'emissor del missatge al receptor. Segons Saussure la imatge acústica es defineix per tres característiques: la materialitat, la linealitat i l'arbitra-

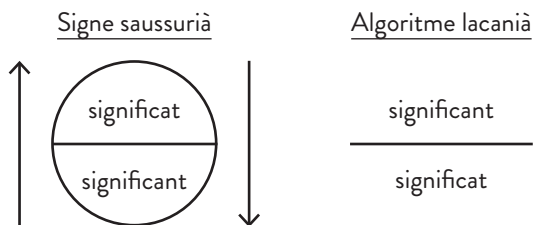


Figura 1. La inversió de la jerarquia del signe saussurià

rietat. Respecte a la materialitat, pot manifestar-se de manera sonora o gràfica. La linealitat del significat és un fet evident en el moment en què col·loquem les lletres que corresponen a la imatge acústica l'una darrere de l'altra. Els signes gràfics són sostinguts per una línia que pot anar d'esquerra a dreta, de dreta a esquerra o de dalt a baix segons la llengua. Finalment, la relació entre la imatge acústica i el concepte és arbitrària. L'existència de diferents significants en les distintes llengües per designar una mateixa paraula ja dona compte d'aquesta arbitrarietat: «mujer», «dona», «woman», «femme» o «Frau» són significants que remetent tots al mateix concepte. Aquesta última característica no és compartida amb els jeroglífics, perquè no són un sistema arbitrari de signes. Cada jeroglífic remet visualment al concepte des de la similitud amb la seva imatge.

Als anys cinquanta, Jacques Lacan inverteix, permuta, canvia de lloc els termes del signe saussurià i ens insta a desprendre'ns de la il·lusió que el

significant respon a la funció de representar el significat,⁷ del miratge, al cap i la fi, del fet que el nostre pensament es comunica amb la paraula o del fet de pensar el subjecte com a mer telègraf. El significat, tal com ho entén Saussure, transcriu, posa lletres als conceptes que habiten al nostre cap. Però Lacan afirma que això és una illusió i ens dona el següent exemple per il·lustrar-ho: imagineu dues portes dels lavabos d'un restaurant. En una està escrit el significat «homes» i en l'altra, el significat «dones». En aquest cas, és el significat el que organitza i ordena el comportament dels subjectes. És ell el que està, doncs, per sobre del significat, tal com hem vist al gràfic anterior. Lacan també elimina el cercle que envolta significat i significat com una unitat, però manté la barra que els separa, tot assimilant aquesta barra a la que divideix el conscient de l'inconscient. En el significat ja es dona aquesta duplictat entre enunciat i enunciació. A partir de Freud, no es pot entendre la lingüística per fora de l'inconscient. De fet, l'emergència de la disciplina lingüística va ser conseqüència de l'inconscient freudià. Com afirmarà més tard Lacan a *Radiophonie*

7 Lacan descriu aquesta permutació al seu text «La instància de la lletra a l'inconscient o la raó d'ençà de Freud»). A més, com assenyalava al cap d'uns quants anys a *Radiophonie* ('Radiofonia') i *Télévision* ('Televisió'), el fet de prendre el signe com a objecte —que és característic de les disciplines semiòtiques— impedeix o fa obstacle per aprehendre el significat com a tal.

(‘Radiofonia’) i *Télévision* (‘Televisió’): «el llenguatge és la condició de l’inconscient».

Lacan també mostra la manera com els significants s’articulen en cadena. Cap d’ells és independent dels altres encara que tinguin només una lletra de distància: la paraula *casa* depèn de la *s* per no ser *cara*. Aquesta dependència no es dona només en l’àmbit de la lletra, sinó també en un àmbit més conceptual: la dona és dona perquè no és un home ni tampoc una dona trans ni una lesbiana.

On està posant l’accent Lacan? Què li interessa quan proposa aquesta inversió? Doncs un fet que té molta importància des del punt de vista terapèutic: no donar cap significat per fet. Aquest algoritme del significant/significat ens adverteix que, quan parlem, les paraules no signifiquen exactament el mateix que al diccionari, és a dir, que els parlants no compartim exactament el mateix significat de les paraules. És cert que, com que signifiquen més o menys el mateix, ens podem entendre. Però, per a Lacan, aquest *més o menys* és l’important. Per això, a la consulta, és fonamental preguntar al pacient sobre el significat de les paraules que utilitza i no donar-ho per fet. Només d’aquesta manera podem arribar a saber quin és l’ús que en fa, i aquí és on veurem l’ús particular del llenguatge de cadascun de nosaltres. Atendre a la manera única en què el subjecte s’ha fet amb el llenguatge de l’altre és fer-se càrrec de la seva singularitat, que és la posició ètica que defensa la psicoanàlisi.

L'ús particular del llenguatge porta a no poques discussions. En alguna ocasió hem viscut converses controvertides sobre termes molt abstractes com la vida, la felicitat o l'amor, en les quals ens costa molt posar-nos d'acord. La raó de les desavinences no rau en la baixa concreció de les paraules abstractes, sinó en el fet que la nostra pròpia experiència travessa aquests significants i els fa derivar i significar de manera diferent de la dels altres. El que està en joc en aquestes converses és aquest *més o menys* que condensa la nostra posició subjectiva respecte a aquesta paraula que preexisteix a nosaltres. Incorporarem aquests significants i els fem nostres amansant-los, connectant-los entre si de manera singular, perforant-los i posant-los a funcionar des d'aquestes transformacions. És pel llaç significant per on podem desvetllar la singularitat del subjecte.

D'aquesta manera, quan un subjecte ens diu que s'identifica amb el sexe masculí, és fonamental preguntar què vol dir això per a ell, entendre quin és l'ús particular que mostra el que cadascun de nosaltres ha fet amb els significants que tenen a veure amb el sexe i amb el gaudi del nostre cos.

El subjecte i jo

Les identifications articulen les relacions amb els altres i ens permeten fixar quelcom del ser. És a través de les identifications que podem enunciar un

«jo soc...» que no trontolli gaire. Com hem vist, el subjecte s'identifica per la via de l'altre. Manlleva els ideals del discurs que acaben cristallitzant en una identitat. Aquests ideals venen a recobrir la divisió del subjecte que esdevé un subjecte identificat, un subjecte amb un «jo».

Busquem en l'altre donar-nos una estructura que no tenim. Ens identifiquem fascinats amb la unitat, ens quedem capturats per la seva completesa. Aquesta fascinació és captada pel capitalisme, que s'assegura que el mercat ofereixi identitats per a tothom, amb una gran varietat i de tota mena, tant si són identitats de gènere com identitats polítiques, religioses o virtuals. Tot i que les identitats de gènere han posat en qüestió la identitat com a quelcom unitari, la sortida per la pluralitat no resol el fet que les identitats de gènere, en primer lloc, continuïn passant per l'altre i, en segon lloc, que obturin la divisió constitutiva del subjecte i velin la seva singularitat darrere d'un significat.

La identitat és el contrari del subjecte dividit. Ara bé, el jo com a suma d'identificacions tampoc és el subjecte. Tal com ja hem vist anteriorment, el subjecte no sap el que diu, però podríem afirmar que, com a mínim, es veu. El subjecte es veu en la imatge que li retorna l'altre. Des d'aquesta òptica, des de l'altra banda, el subjecte intermitent, fragmentat i dividit veu un «jo» com a reflex de l'altre que li retorna una il·lusió d'unitat. És cert que no hi ha un subjecte sense jo, però acabar identificant-nos amb aquest jo és una mica boig, oi?



4. El caràcter circular i il·limitat del discurs capitalista

En els capítols anteriors hem anat resseguint la relació problemàtica entre subjecte i subjectivitat. També hem vist com el subjecte fallit i contingent que emergeix del llenguatge necessita una sèrie de recursos simbòlics per suportar la seva divisió subjectiva.

Moltes promeses imaginàries del neoliberalisme que promouen trencar els nostres límits amb un «tot és possible» tenen en comú el mateix ideal: subjectes ambiciosos, resolutius, autosuficients i capaços de qualsevol cosa. Aquest model que sosté la subjectivitat de la nostra època oculta la fragilitat constitutiva dels subjectes i impedeix que puguin accedir a allò seu més singular que queda velat pel joc de les identifications. En aquest sentit, cal recordar la línia de pensament encapçalada per Antonio Gramsci, Louis Althusser i Michel Foucault. Ells mostren com el poder no tan sols té un caràcter coercitiu, sinó que

també genera consensos i promou unes determinades coordenades subjectives. Sobre aquesta qüestió, a *Radiophonie* i *Télévision*, Lacan destaca que Karl Marx, amb el concepte de la plusvàlua, va localitzar un procés econòmic, però també el mode de funcionament de la nostra economia subjectiva.

Per consegüent, i més enllà d'aproximar-nos al capitalisme com a sistema de producció, el nostre plantejament posa el focus en el seu potencial com a mode de subjectivació. L'objectiu és doble: per una banda, localitzar possibles formes de resistència a l'alienació del subjecte en la subjectivitat i, per l'altra, trobar sortides a la circularitat del discurs capitalista.

Començarem recordant com les identitats són una de les formes que adquireix el vincle social en la nostra contemporaneïtat. En aquest capítol ens ocuparem d'una altra d'aquestes formes: el discurs. Més concretament, veurem com es traven discurs, subjecte i subjectivitat en els discursos proposats per Jacques Lacan als anys setanta.

El discurs de l'amo i el vincle social

Quan els subjectes parlen, produeixen discursos. Lacan va localitzar quatre maneres de parlar entre nosaltres: el discurs de l'amo, el discurs de la histèrica, el discurs universitari i el discurs de l'analista, tal com ell mateix exposa a *Le séminaire. Livre XVII: L'envers de la psychanalyse* ('El seminari. Llibre 17:

El revers de la psicoanàlisi'). Cadascun descriu quatre maneres de fer vincle amb l'altre. Tal com podem comprovar, el discurs capitalista no figura a la llista dels quatre discursos, perquè no fa vincle i aleshores no és pròpiament un discurs.

El discurs de l'analista mostra el subjecte com a altre, és a dir, l'enfronta a tot l'entramat simbòlic que ha anat constituint a base de les seves identificacions individuals i col·lectives. Aquest discurs impulsa a desbrossar el subjecte de les fantasmagories del discurs de l'altre, a renunciar a la posició de saber i a encarar la seva divisió subjectiva. El discurs de l'altre és el discurs de l'amo, que és aquell que sostreu el subjecte de les seves mancances a canvi de diversos sabers, identitats i paraules carregades de sentit.

Avui dia, l'amo que dirigeix el discurs social és el científic. Durant aquests anys de pandèmia hem vist com els subjectes prenen la paraula des del discurs de la ciència —amb la boca plena de significants del món de la medicina— per donar respostes a allò que no funciona. Tots hem pogut experimentar certa calma quan se'ns han ofert dades o informació sobre el funcionament de la covid-19. Aquests sabers ens han permès donar un sentit provisional al trauma que ha suposat l'arribada de la malaltia, però alhora també hem comprovat com, en molts casos, les informacions són incompletes o insuficients.

La ciència pretén aconseguir un saber que expliqui la realitat de cap a peus, però la seva ineficàcia ha fet evident que aquesta explicació fa la funció de

semblant. Saber-ho tot sobre el virus i buscar solucions per a tothom s'ha desvelat com a impossible. Per tant, la posició de la ciència respecte al saber és impostada perquè fingeix que ho sap tot. No estem posant en dubte l'eficàcia indiscutible dels sabers de la ciència al llarg de la història i l'avenç que ha suposat en el coneixement i en la millora de vida de les persones. Però cal analitzar la relació de la ciència amb el saber. El que observem és que la ciència vol assolir un saber absolut que expliqui el funcionament de totes les coses, de l'univers sencer. És en aquest punt, on es revela la seva incapacitat. Des de la ciència, de la mateixa manera que des de la política, es pensa que hi ha solucions per a tot i per a tothom. La seva vehemència per capturar totalitats les deixa cegues davant la singularitat.

Veiem en detall com fa vincle el discurs de l'amo. Lacan va representar el funcionament dels discursos amb unes matrius que contenen, per una banda, una sèrie d'elements que van circulant i, per l'altra, unes posicions fixes. La seqüència de variables representades per lletres que són col·locades en aquestes posicions segueixen l'algoritme lacanià del significat sobre el significat. Les variables que estan en joc en tots els discursos sempre són les mateixes: S_1 , el significat amo; S_2 , el significat altre, el saber que no se sap, el conjunt de tots els significats que s'organitzen com una totalitat; $\$$, el subjecte dividit, el subjecte de l'inconscient; *l'objecte a*, causa de desig o plus-de-gaudi.

Aquests termes ocupen sempre quatre posicions: la de l'agent, la de l'altre, la de la veritat i la del producte. Per obtenir els quatre discursos només cal desplaçar les variables de posició girant un quart de volta, respectant sempre la següent seqüència: S_1 , S_2 , $\$, a$.

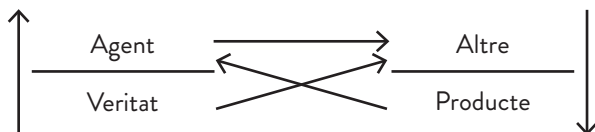


Figura 2. Les quatre posicions del discurs

Segons aquesta matriu, cada discurs té un agent que l'inicia i que es dirigeix a un altre per tal d'obtenir un determinat producte —un trajecte marcat per les fletxes—. Observem com els discursos generen productes i com també n'oculten d'altres: el que queda amagat o el que no es pot dir del tot és la veritat de cada discurs.

Per què Lacan va escollir aquestes quatre variables per representar els discursos? En certa manera, hem anat responant a aquesta pregunta al llarg de l'assaig en relació amb com el subjecte és l'efecte de l'estructura del llenguatge. En aquest sentit, el subjecte dividit es formularia de la següent manera: el que es produeix per la relació fonamental d'un significat (S_1) amb un altre (S_2) és un subjecte ($\$$). El significat funciona representant aquest subjecte

davant d'un altre significat. En un primer moment, un S_1 es dirigeix a la bateria de significants del saber (S_2) i s'inicia el discurs. En l'instant precís en què un S_1 arriba al camp de la resta de significants i es repeteix davant d'un S_2 , sorgeix un $\$$. La introducció del significat amo (S_1) provoca la pèrdua irrecuperable de gaudi, un sobrant que no es podrà tornar a recuperar mai més: l'*objecte a*, la quarta variable dels discursos. En el camp del producte cau un objecte que és de l'ordre del gaudi, un excedent, un plus. Com veurem més endavant, la lògica capitalista promou que cadascú es quedi a soles amb aquest gaudi sobrant.

L'*objecte a* està relacionat amb el registre del Real. El Real, per a la psicoanàlisi, no té res a veure amb el que nosaltres entenem per realitat. Consisteix en tot allò que no és ni imaginari ni simbòlic, tot allò que no es pot representar ni amb paraules ni amb imatges. Recordem com la divisió entre necessitat i demanda que es produeix en el moment de travessar el llenguatge ens deixa com a residu un desig insatisfactible que està associat a l'objecte perdut de la mare. Davant d'aquesta impossibilitat, el nostre desig voldrà articular l'objecte que ens falta en el registre simbòlic, en el llenguatge. Però la qüestió és que, quan recorrem al Simbòlic —estructurat com un tot— per buscar solucions, el que acaba passant és que cobrim amb sentits diversos aquest objecte que falta i del qual, en realitat, no volem saber res, perquè no volem que falti. Més precisament, el que els subjectes

no volem saber és que no podem saber sobre l'objecte que ens falta. Aquest objecte que no es deixa atrapar pel Simbòlic és l'objecte *a*. La impossibilitat d'accedir a aquest objecte és la prova de la seva existència. L'objecte *a* es mostra, per tant, sota la forma de contradicció dialèctica.

Si bé en el registre simbòlic el significant es relaciona amb un altre significant, en el registre real, el gaudi és el que està vinculat a l'objecte *a*. El gaudi no és el plaer i tampoc és el desig. En primer lloc, perquè corresponen a registres diferents: el desig, al Simbòlic i el gaudi, al Real; i, en segon lloc, perquè el subjecte no sempre gaudeix del que desitja.

Com s'ordenen les variables i les posicions en la matriu del discurs de l'amo?

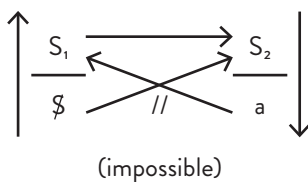


Figura 3. Discurs de l'amo

En el discurs de l'amo clàssic, l'agent és l'amo representat per un S_1 que es dirigeix a qui ocupa la posició de saber, és a dir, l'esclau ($S_1 \rightarrow S_2$). L'amo no té el coneixement de les coses que li demana fer

a l'esclau, és ell qui posseeix el saber fer. Però a banda d'això, l'esclau també sap perfectament el que vol l'amo, encara que ell no ho sàpiga. Així doncs, l'esclau té dos tipus de saber: un saber fer, una destresa, i, a més a més, té el saber sobre el desig de l'amo.

Com funciona aquest discurs? L'amo extrau el saber de l'esclau per produir coses per a ell. El que queda amagat en aquest discurs és que l'amo no sap el que vol. L'amo no sap que no sap perquè ha fabricat un «saber de l'amo» amb l'extracció del de l'esclau. Aquest saber de l'amo és un saber teòric, articulat i transmissible, un suposat-saber que ens permet creure que sabem. Quan l'esclau entrega el producte a l'amo, pateix una pèrdua. Aquest objecte que cau és equivalent al que Marx va anomenar plusvàlua: aquell excedent de treball de l'obrer que no ha sigut remunerat i que l'empresari va acumulant sense límit en forma de capital. Com veurem en el següent apartat, el discurs de l'amo muta en el discurs capitalista quan l'esclau passa a ser un proletari. La pregunta que es fa Marx respecte a la força de treball de l'obrer és la següent: la part que no es paga, què és el que paga? Segons Lacan, la seva resposta és: amb el treball de més es paga gaudi. Així ho va afirmar a *Le séminaire. Livre XVII: L'envers de la psychanalyse*:

Per descomptat, no va ser Marx qui va inventar la plusvàlua. Tan sols és que abans ningú sabia quin era el seu lloc. Era el mateix lloc ambigu de què parlava fa un moment, el treball de més, el plus de treball.

Què es paga amb això, es pregunta ell, sinó precisament gaudi, que cal que vagi a algun lloc?

El gaudi de l'altre (de l'esclau) està capitalitzat, limitat i regulat per l'amo. La plusvàlua funciona com l'*objecte a* en tant que és la causa que anima el desig de l'amo capitalista. Un amo nou seria aquell que no estigués capturat pel desig de robar plusvàlua, com diu Colette Soler. Els treballadors espoliats prenen consciència de classe quan reconeixen que els roben una part de la seva força de treball, que els exploten. La plusvàlua es constitueix com l'*objecte perdut* i, en aquest cas, sostret de la classe obrera. I a la vegada també és l'*objecte* que es vol recuperar. Per tant, la plusvàlua és motor de desig per a l'amo capitalista, però també per als treballadors: el primer s'apropia de la plusvàlua i el segon busca la manera de tornar a aconseguir-la.

Durant la pandèmia, l'abril del 2020, el grup bancari Bankinter, S. A. engega una campanya publicitària molt emotiva amb l'objectiu de solidaritzar-se amb l'impacte de la covid-19. El vídeo —considerat com un èxit publicitari— visualitza molt bé el que és l'*objecte perdut* de la plusvàlua que s'ha acumulat com a capital. Amb el lema «El banc que veu els diners tal com tu els veus», el vídeo va fent zoom a les imatges dels bitllets de tot el món on hi ha representats camperols, mariners, professors i obrers. Aquesta força de treball perduda que acaba impresa en els bitllets constitueix una imatge perfecta per

descriure la plusvàlua. I encara més, l'anunci és emotiu perquè reconeix aquest objecte perdut del treballador. Retorna, d'alguna manera, aquest esforç robat al llarg de la història. Però, al mateix temps, també mostra com la plusvàlua és el motor de desig de l'amo capitalista, és allò amb què s'han pogut fabricar molts bitllets. En aquest sentit, el banquer i el client queden igualats en el seu motor de desig en relació amb l'*objecte a*: un vol que l'altre continuï produint plusvàlua perquè si no s'enfonsa, i l'altre vol que li reconeguin l'esforç perdut. Ara bé, si fa un segle el robatori de la plusvàlua generava solidaritat i mobilitzacions per exigir-ne el retorn, avui dia el client sent simpatia pel banc, s'hi identifica i acce-
deix als interessos que li imposa.

Dèiem abans que l'*objecte a* està relacionat amb el gaudi. L'amo gaudeix del que roba a l'altre? Semblaria que sí, però la veritat és que no arriba mai a la quantitat que el satisfà. En aquest discurs, el que l'amo no veu és que el fet d'acumular plusvàlua en forma de capital no és cap garantia de poder gaudir-ne. Una cosa és el gaudi que promou el discurs i una altra ben diferent del que finalment es gaudeix. Per això, en tots els discursos, entre el lloc de la producció i el lloc de la veritat hi ha un impossible que té a veure amb el gaudi.

Encara ens podríem fer una pregunta més: l'amo obté el saber de l'altre perquè té ganes de saber? Abans de respondre, convé advertir que partim de la idea que no és evident que tot saber, només pel

fet de ser-ho, se sàpiga: aquesta és justament la definició de l'S₂: un saber que no se sap. El desig de saber de l'amo no té res a veure amb el saber. El veritable amo no vol saber res en absolut, només vol que la cosa marxi. I la cosa marxa perquè l'esclau compleix la seva funció de saber el que l'amo vol.

Per acabar, el «je pense» cartesà suposa l'emergència d'un subjecte en aquesta sèrie: S₁ → S₂ que acaba amb l'extracció impròpia del saber de l'esclau. El gest cartesà consisteix a posar en qüestió tots els sabers que s'han anat produint i articulant com a teories, a renunciar a aquest saber de l'amo adquirit de manera impròpia i a extraure per primer cop la funció del subjecte de la relació de l'S₁ amb l'S₂. Aquest saber no és extret de l'esclau sinó del mateix subjecte. Aquesta operació va adobar el terreny per a l'aparició de la psicoanàlisi, tot i que, com hem vist anteriorment, el subjecte dividit i el cartesà són diferents.

El discurs capitalista i la dissolució del vincle

El discurs capitalista no promou el vincle amb l'altre perquè s'hi ha produït una mutació en relació amb el saber del discurs de l'amo. El canvi en el saber es produeix quan a l'esclau se li dona el que li correspon. Aquesta restitució té un cost: gradualment anirà perdent el seu saber fer. L'antic esclau transformat en proletari o en obrer oblida el seu saber fer i passa amb el temps a la posició de l'amo, en tant

que l'únic que té ara és el saber de l'amo, cosa que implica que deixa de saber el que vol. Els sabers de l'altre el sedueixen i el captiven. Creu que sap i parla des de les seves identifications, que considera com a pròpies. El que queda amagat en aquest discurs és el significant «amo» que posava un límit al gaudi.

A tots els discursos hi ha un impossible en relació amb el gaudi, però el discurs del capitalisme pren una forma circular perquè no hi ha un impossible entre el lloc de la producció i el de la veritat (Figura 4). Per això va girant en rodó i per això afirmem que és circular. Com que va fent voltes, no hi ha cap terme que ordeni el discurs. És cert que el subjecte dividit es dirigeix al saber per intentar produir el seu *objecte a*, però aquest plus-de-gaudi també acaba governant el subjecte.

El discurs capitalista redueix l'*objecte a* a un objecte de consum sense considerar-ne el caràcter inaccessible. Per això, el subjecte sap el que vol, va a buscar-ho al mercat i res li impedeix accedir-hi. La successió seria la següent: desitjar un objecte, comprar-lo i llençar-lo més tard a les escombraries perquè no acaba de complir la seva funció. El desig de comprar està al servei de la deixalla. Les imatges colpidores d'acumulacions ingents de residus en el nostre planeta són la conseqüència d'un consum compulsiu que promou la cerca de l'objecte que calmi el nostre desig constantment insatisfet.

La dependència dels falsos *objectes a* a la nostra vida quotidiana va en augment com si fos capital

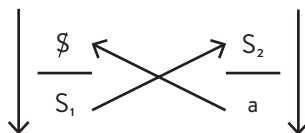


Figura 4. Discurs capitalista

acumulat. Els *smartphones* s'han consolidat com un dispositiu essencial a les nostres vides. La major part d'operacions administratives, algunes d'elles de vital importància, ja no es poden fer sense aquests dispositius mòbils. A més, com que aquests *gadgets* també comanden els nostres vincles amb els altres, s'acaben convertint en els dipositaris dels nostres malentesos i desavinences. El vincle amb l'altre ja no es fa a través del discurs sinó per la mediació de l'objecte —del fals objecte—. El drama del discurs de l'amo —que l'altre ens explota— ja no té sentit, perquè ara no hi ha un altre que ens robi res. En la nostra contemporaneïtat, el problema és que el subjecte es vincula amb l'objecte directament, sense passar per l'altre. Ens quedem enfrontats cara a cara amb l'objecte-plusvàlua. És aquí on es desfà el vincle social i on els subjectes es queden a soles amb aquests falsos objectes que els produeixen una frustració contínua.

La tinderització dels vincles

Un podria pensar que les possibilitats il·limitades que ens ofereixen avui dia les plataformes virtuals (Zoom, Skype...) ens faciliten l'apropament a l'altre, i talment ha sigut així durant el confinament, però en alguns casos fan més palesa la dificultat per trobar-nos i tenir un moment i un espai per a l'altre.

L'efecte globalitzador i homogeneïtzador del mercat capitalista ha debilitat les diferències de classe en relació amb el consum, que era un dels elements importants de la dimensió utòpica del capitalisme. Si bé anteriorment l'obtenció de productes al mercat identificava els subjectes amb una determinada classe social, ara aquest consum de classe deriva cap a un: «tots consumidors».

El capitalisme i la ciència han anat de bracet en el procés de destituir l'esclau o l'artesà del seu saber fer. Les noves tecnologies i l'aparició de les màquines han modificat els modes de producció i la relació del subjecte amb el seu saber. En l'actualitat estem davant del triomf del discurs capitalista que va anunciar Lacan als anys setanta. La plusvàlua, l'*objecte a*, ha esdevingut motor de desig per a tothom: tant per als explotadors com per als explotats. El mercat posa a la nostra disposició els falsos *objectes a* que seran consumits l'un darrere de l'altre. La paradoxa és que no acabem de gaudir del capital que anem acumulant, més aviat aquesta acumulació ens provoca una set de falta de gaudi. Com més tenim,

més desitgem la falta. El mateix passa amb l'acumulació dels falsos *objectes a* que consumim. Ens quedem a soles enfrontats cara a cara amb la plusvàlua perquè, amb el debilitament dels ideals, han caigut l'amo i la seva explotació. Aquest és el preu de rebre o de trobar allò que hem perdut o que ens han sostret.

En aquest nou paradigma, parlem més de precarietat que d'explotació. Fixeu-vos que l'explotació inclou una certa intersubjectivitat: un explotador i un explotat. En canvi, la precarietat sembla una cosa que marxa sola. S'escampa per la feina, per la salut, per l'habitatge i per l'economia. S'escola en les relacions de parella i en els nostres vincles familiars o d'amistat. La consciència de classe s'ha desplaçat a una consciència de precarietat despolititzada que és compartida per molts individus, però que difícilment es lluita en col·lectiu perquè ha deixat d'estar dialectalitzada. Ara, localitzar aquell que comanda un discurs que no para de fer voltes s'ha convertit en una tasca impossible.

La conseqüència més directa de la dissolució del vincle social és l'individualisme: el subjecte és el responsable de tot i no li cal anar a l'altre per buscar respostes o per demanar ajuda. Veiem aquí de nou com el discurs capitalista incideix en la relació dels subjectes amb el saber. El subjecte capitalista s'autoajuda. Troba la solució ell mateix. És un subjecte diu (*do it yourself*) que busca el saber als tutorials de YouTube. Mentre que abans el saber circulava en el vincle social o familiar, per exemple, quan ens dirigíem

a l'àvia com a camp de saber, ara es troba fragmentat en tutorials fets per desconeguts amb qui no establim cap mena de vincle.

Una altra conseqüència és que el discurs capitalista aparta l'amor com l'enteniem fins ara, el deixa a un costat. Tant els discursos sobre l'amor com les trobades sexuals han precaritzat la seva dimensió intersubjectiva. L'altre es converteix en objecte de mercaderia i és valorat des del seu potencial com a plusvàlua. Sense un discurs i sense els sabers sobre l'amor que tenen la funció de cobrir la insatisfacció que li produirà aquest objecte, el fracàs es repeteix amb cruessa, perquè ens allunya de les paraules del Simbòlic i ens apropa a la repetició del Real. S'accelera l'imperatiu que llança els subjectes en aquesta set de falta de gaudi. En aquest cas, com en els altres, l'abundància no és garantia de gaudi, i molt menys de vincle. La seva *tinderització* és signe de precarietat del llaç amb els altres.

Com sortim de la circularitat del discurs capitalista?

En primer lloc, cal advertir que no tot ha quedat absorbit pel discurs capitalista. En la nostra contemporaneïtat conviuen també els altres discursos. És cert que el discurs capitalista s'ha imposat en les últimes dècades, però hi ha marge de maniobra. Una d'elles seria trencar la relació autista del subjecte amb l'ob-

jecte per poder restaurar els vincles amb els altres. Això pot ser sorprenent, perquè fa unes quantes pàgines que intentem que el subjecte no s'alieni en l'altre, i ara que l'altre ha quedat desplaçat per l'objecte, el volem convocar de nou. La qüestió no és que l'altre es desplaci o desaparegui per complet, tal com pretenen certs discursos d'autoajuda que es justifiquen amb criteris de toxicitat. Com a subjectes de llenguatge, som l'efecte de l'altre. La qüestió és com canviar de posició respecte a aquest altre de les identifications perquè el nostre subjecte no s'acabi en una identitat.

A més a més, caldria sospitar d'aquelles identifications collectives que s'universalitzen fàcilment, com per exemple, «ser feminista». El feminisme s'ha convertit en un universal fàcil. Sembla que tothom, i sense gaire problema —fins i tot ho hem escoltat de boca de polítics de dretes—, pot anomenar-se feminista. Com fer emergir una voluntat colectiva i de lluita des d'aquesta homogeneïtzació no dialecticalitzada? Com sortir del feminisme-*trending topic* que se celebra amb una pàtina de triomf planetari? Com fer perquè el feminisme no s'exhaureixi en una identitat més de les que circulen al mercat i acabi reduint-se a un objecte de consum, a una samarreta?

El significant «globalització» va acompanyat d'altres com «democràcia» o «igualtat», que més enllà de promoure el vincle, el que fan és apuntar a una homogeneïtzació de la societat en la qual una suma d'individus es troben igualment sols davant dels seus objectes

de gaudi. El capitalisme fabrica homogeneïtat, però no vincle.

En un moment en què el llaç amb l'altre està afeblit, les mobilitzacions i la voluntat col·lectiva perden la força que havien ostentat en un altre moment. Abans era més fàcil localitzar l'agència del discurs, el lloc de l'explotació i qui posava el límit al gaudi. La solidaritat de les mobilitzacions organitzades per treballadors s'articulaven des d'una consciència de classe que s'elaborava en un discurs. Les protestes tenien l'objectiu de subvertir el discurs de l'amo, i es movien amb una voluntat de transgressió. Els actes col·lectius de la nostra contemporaneïtat tenen més a veure amb la irrupció que amb la subversió d'un ideal. El caràcter sobtat i impetuós d'aquests actes es localitza fora del discurs i del costat del registre del Real. En certs moments molt concrets, com a l'assalt del Capitoli el gener del 2021, una sèrie de persones duen a terme juntes una acció puntual. Però el vincle entre ells, entès com a discurs, és molt més precari que el dels treballadors de finals de segle, té més a veure amb anar sols, però tots a la vegada. Una mostra d'això és que el que va transcendir de l'assalt va ser la caricatura de certs participants.

La solució per sortir del discurs capitalista, per contrarestar la inèrcia de convertir els moviments socials en objectes de consum, implicaria trobar-nos en llocs comuns que no estiguessin organitzats per identitats o ideals. Les cooperatives d'habitatge podrien ser un model de noves formes de llaç social.

5. L'expansió de les narratives d'autoajuda i les pràctiques psicoterapèutiques que sostenen l'ordre neoliberal

L'imperatiu perfeccionista i la indústria de la felicitat

En què es basen l'eficàcia i la rendibilitat de la indústria de la felicitat? El que ens venen és que podem aprendre a ser feliços, i que aquest aprenentatge dura tota la vida, és a dir, que mai assolirem la felicitat completament. El mercat dissenya una mena d'objecte perdut —en tant que desitjat— per moure la frustració cap al consum dels objectes que li interessa vendre. El discurs capitalista produeix un subjecte en cerca contínua, desemparat i frustrat.

Els imperatius que ens empenyen a certs ideals de bellesa i perfeccionament conformen una ideologia d'autosuperació que s'escampa per les bossetes de certes marques de te. Frases retallades de la mena «Think positive», «Feel good, be good and do good»,

«Live to share» o «You are unlimited» ocupen el lloc dels Deu Manaments amb el vel exòtic del saber oriental. Les exigències de millora personal es promouen en molts àmbits de les vides de les persones: a la salut i el cos, la bellesa o l'esport. Aquestes demandes tenen l'objectiu d'ocultar la fragilitat constitutiva que caracteritza els subjectes i fomentar el consum de productes que, amb la pretensió de suturar la nostra divisió estructural, ens posen en l'òrbita de la frustració perpètua. No hi ha cap objecte al mercat que pugui satisfer aquest ideal de felicitat inassolible.

La recerca de la felicitat com a narrativa de superació personal ha anat replegant al llarg del segle passat tot el material que ha anat conformant la cultura d'autoajuda des de la publicació dels primers llibres de *self-help* a mitjans del segle XIX. Els professionals de desenvolupament o creixement, els *personal coaches*, els consultors o assessors, gurus com Osho o Gaspar Hernández i icones pop com Oprah Winfrey, la popularitat dels quals recolza sobre algun tipus d'experiència de superació, han anat trobant en els textos d'autoajuda, en la psicologia popular i en el sentit comú la font per als seus programes i tècniques de millora personal.

A finals del segle XX, la psicologia positiva va atorgar a la recerca de la felicitat una illusió de científicitat necessària per poder vendre's a tot arreu com a producte. Cabanas i Illouz afirmen al seu llibre *Happycratie: Comment l'industrie du bonheur a pris le contrôle de nos vies* ('Happycràcia: Com la indústria

de la felicitat ha pres el control de les nostres vides') que la felicitat es converteix en una mercaderia perfecta per a un mercat que es nodreix de normalitzar l'obsessió amb un mateix i amb el benestar psicològic. La psicologia positiva es presenta com un canvi de paradigma respecte a la psicologia tradicional centrada en les patologies i els trastorns mentals. La nova ciència de la felicitat pretén, doncs —amb un caire menys patologitzant i més optimista—, tractar les malalties mentals, però també es dirigeix a totes les persones saludables que poden millorar les seves capacitats per sentir-se millor.

Aquest caràcter il·limitat del benestar és el que fa que puguem estar entretinguts consumint i, per tant, fent viable, com deia Lipovetsky, el desert del social. «Perquè el desert social resulti viable, el Jo s'ha de convertir en la preocupació central: es destrueix la relació, no importa, si l'individu està en condicions d'absorbir-se a si mateix», com afirma l'autor a *L'ère du vide: Essais sur l'individualisme contemporain*. També mostren que és possible quantificar la felicitat i el benestar i, en aquest sentit, posen a disposició tota una sèrie de qüestionaris i escales per mesurar-la.⁸

8 Cal anotar que, des de principis del segle XXI, la psicologia positiva ha estat objecte de crítiques respecte als problemes metodològics relatius a la replicabilitat dels estudis. Tanmateix, s'han qüestionat els suposats efectes terapèutics en certs casos, com, per exemple, amb malalts de càncer, tal com sostenen Coyne i Tennen a «Positive psychology in cancer care: bad science, exaggerated

Els més coneguts són l'Oxford Happiness Inventory (OHI) o la Satisfaction with Life Scale (SWLS).⁹ Amb el rerefons científic que li ofereix la psicologia positiva, la indústria de la felicitat i del pensament positiu es globalitza, s'universalitza i es posa al servei dels *big data* i dels valors imposats per la revolució cultural neoliberal. Estem d'acord amb Cabanas i Illouz en el fet que una de les frases inaugurals del viratge neoliberal va ser aquella pronunciada per Margaret Thatcher el 1987 en una entrevista per a la revista *Women's own*: «No existeix tal cosa com la “societat”. Hi ha homes i dones com a individus i hi ha famílies». Des d'aquest punt de vista, es nega la possibilitat que els problemes siguin problemes estructurals i el focus se centra en la incapacitat dels individus per solucionar les seves deficiències. Cadascú és responsable del seu benestar, els estats no se n'han de fer càrrec. Del que sí que s'encarregaran és dels beneficis d'invertir en la indústria de la felicitat i d'institucionalitzar-la a la feina, a les escoles i als centres de salut. Una dada que parla per si mateixa: l'informe

claims, and unproven medicine» ('Psicologia positiva en la cura del càncer: ciència dolenta, queixes exagerades i medicina no provada').

⁹ Una versió d'aquestes tècniques psicomètriques a la nostra llengua són el «Qüestionari de benestar emocional i social» o el «Qüestionari de benestar subjectiu infantil» que es va impulsar el 2016 des de l'Institut Infància i Adolescència de l'Ajuntament de Barcelona.

anual de la International Coach Federation (IFC) fa constar que el negoci del *coaching* va generar el 2020 gairebé tres mil milions de dòlars a tot el món.

La hipervigilància del cos i de la ment

A ser feliç i a viure amb optimisme, se n'aprèn, però requereix certes rutines. L'imperatiu de perfeccionament exigeix una atenció constant respecte al nostre cos i les nostres emocions. Aquesta hipervigilància és executada per nosaltres mateixos a través dels dispositius que ens ofereix el mercat sota l'imperatiu «controla la teva salut» —la física i la mental—. Els *wearables*, com els rellotges intel·ligents, contenen, per exemple, un microprocessador que permet a l'usuari tenir un control permanent de les seves constants vitals, de la pressió arterial, de les hores de son profund i dels quilòmetres recorreguts o de les calories cremades. La imatge del cos que ens retornen aquests dispositius és un número. Una xifra que fluctua, que en qualsevol moment pot baixar o pujar, i tenir conseqüències dramàtiques. Les constants vitals eren abans un número desconegut per nosaltres. Només ens era revelat en casos de malaltia. Ara podem accedir a aquesta informació sempre que vulguem. Però, qui camina les deu mil passes al dia recomanades pels experts? Tranquils, si no ho hem fet, l'aplicació ens ho recordarà. L'excés d'informació i el límit inassolible de certes recomanacions generen frustració, angoixa

i culpa en els subjectes que, paradoxalment, busquen control i cura.

La demanda d'un cos perfecte basat en un cert ideal de joventut i bellesa va des del consum de productes cosmètics i tècniques per relaxar el cos fins a la cirurgia estètica. La sauna i l'hidromassatge s'han popularitzat als gimnasos com a part del circuit de salut. El ioga i altres tècniques de control de la respiració i relaxació ofereixen espais on el subjecte incrementa l'atenció que dedica habitualment sobre el seu cos per localitzar les tensions provocades per l'estrès del dia a dia. Encara que aquestes tècniques són eficaces per a alguns subjectes, el que ens interessa assenyalar és que, en part, volen vendre quelcom similar als *wearables*: el control de les constants vitals i la cura i protecció de l'estrès. El cos i el món interior s'han de protegir com un temple d'aigües tranquil·les i en perfecte equilibri. No ens podem permetre que un exterior imprevisible i fluctuant pertorbi el nostre benestar interior. L'ataràxia esdevé mercaderia.

Els circuits de salut i benestar s'articulen en la lògica paradoxal del gaudi: per un costat, ens impulsen al plaer i, per l'altre, ens l'impedeixen. L'obsessió per la prevenció i per cuidar-se porta els subjectes a contínues revisions mèdiques, a fer dietes, a menjar eco i de proximitat, a no beure alcohol ni a fumar i a fer exercicis de manteniment cada dia. Mantenir un estil de vida que respongui a aquest ideal de perfeccionament no és gens fàcil. L'experiència de salut desapareix esclafada per l'ideal de salut i la gent llegeix

les seves vides preventivament com a vides futures de malalt.

Els imperatius ordenen i disposen el nostre temps de tal manera que queda poc espai per a la deriva del subjecte, per deixar-se anar o per als imprevistos. Depenent de la modalitat de gaudi del subjecte, es pot optar per la contenció i el control, però també per l'excés: el sobreentrenament esportiu o de fitnes pot portar a un excés de musculatura que exemplifica l'abús que certs subjectes poden arribar a fer d'activitats teòricament saludables. L'abandonament d'aquests circuits que mantenen enganxats els subjectes passa perquè puguin deixar de banda la seva modalitat de gaudi per lliurar-se a la senda del desig.

El *mindfulness* i la privatització de l'estrès

Als anys vuitanta del segle passat, a *L'ère du vide: Essais sur l'individualisme contemporain* Lipovetsky denuncia l'expansió de les teràpies *psi* i el consum bulímic de consciència amb el ioga, l'expressió corporal, la Gestalt o la meditació transcendental. El client estàndard d'aquests productes treballa sense parar per alliberar el seu jo. En aquesta mateixa línia, la popularització de la tècnica d'atenció plena coneguda com a *mindfulness* s'ha d'entendre en el context d'expansió de producció de subjectivitats neoliberals.

A Catalunya, en els últims anys hem sigut testimonis de l'aplicació gradual del *mindfulness* a l'entorn

laboral, a les escoles i als centres de salut mental i hospitalaris.

El 1979, Jon Kabat-Zinn funda el programa Mindfulness-Based Stress Reduction (MBSR) a la Universitat de Massachusetts amb l'objectiu de pal·liar els símptomes d'estrès de certs malalts crònics. Consisteix en una apropiació i adaptació occidental de la tradició meditativa oriental coneguda com a *vipassanā*, basada a aprofundir en la percepció de la veritable naturalesa de les coses.

Més enllà de l'efecte terapèutic que poden tenir aquestes tècniques en certs subjectes, el que ens interessa assenyalar és la ideologia subjacent i el seu paper en el procés de subjectivació neoliberal. El primer element que sintonitza amb l'ideal de subjecte neoliberal és, com hem dit, el del foment de la hipervigilància: el *mindfulness* promou l'atenció conscient i la focalització en el present. Això suposa un augment de la nostra consciència sobre certs processos fisiològics automatitzats de manera total o parcial, com ara la respiració o l'alimentació. La lògica és la mateixa que la dels *wearables*. L'alliberament del patiment exigeix escoltar més el cos, per fixar-nos en les sensacions corporals. Aquesta sensualitat hedonista és considerada com l'únic camí autèntic que ens portarà a la veritat i ens allunyarà de la confusió que causa el pensament crític. Efectivament, una de les premisses del *mindfulness* és no jutjar. Les narratives del subjecte sobre si mateix són considerades com a pensaments que ens envaeixen i ens empreso-

nen i, per tant, valorades com a sospitoses. Només en l'atenció en el present podrem copsar allò «autèntic» i allò que «realment» som. La tècnica no explica en cap cas què volen dir els termes *autèntic* o *ser realment*, i cauen, en conseqüència, de la banda de l'ideal inassolible.

El segon element que comparteix amb la ideologia neoliberal és el seu potencial com a universal totalitzador. Des del *mindfulness* s'afirma que la consciència és universal perquè tothom en té, és l'etern on hi cap tot. Els éssers humans som un univers il·limitat. Els termes *consciència*, *ment* i *atenció* se situen en contraposició als termes *pensament*, *percepció* i *distracció*. La ment es mira en relació amb el tot, mentre que la toxicitat del pensament i les percepcions errònies són quelcom fragmentari i transitori que flueix contínuament i s'ha de tenir sota control. Com que tothom en té una, de consciència, i que, segons aquesta tècnica, és possible ensinistrar-la, l'ideòleg del *mindfulness*, Jon Kabat-Zinn a *Mindfulness per a principiants*, es pregunta com pot ser que el *mindfulness* encara no sigui a tot arreu: a les escoles, a la feina, a la universitat? L'afany totalitzador del *mindfulness* no té en compte la possibilitat raonable que hi hagi persones a qui no els pugui anar bé aquesta tècnica, o que la tècnica en si mateixa pugui fracassar. Si fracassa, serà per la nostra manca de disciplina o pel nostre fracàs en l'execució.

El tercer factor que situa el *mindfulness* com un dispositiu de subjectivació neoliberal és la insistència



en la disciplina. La tècnica es planteja com un repte, com la feina més difícil del món; per tant, requereix una pràctica constant i regular, en molts casos, diària. Viure la vida de manera autèntica passa per un ensinistrament rigorós, que tal com ens aconsellen, és millor no criticar, tal com diu Kabat-Zinn:

Et proposo que et plantegis practicar cada dia durant un període, com a mínim, de sis mesos, tant si la pràctica t'agrada com si no, tant si en tens ganes com si no.

La pastilla i l'autogestió emocional: els saturadors del malestar

És un fet simptomàtic que l'augment exponencial del consum de psicotròpics sigui directament proporcional a les exigències de perfeccionament del mercat. Els subjectes no poden assumir la responsabilitat del control eficient de la seva salut mental i responen, en molts casos, amb símptomes depressius o amb angonya.

El sentiment de frustració que genera la lògica de consum capitalista es compassa amb certa satisfacció momentània que pallia el nostre malestar en el moment d'adquirir els objectes. Aquests alts i baixos es concatenen en un vaivé infinit. Depèn del dia, diem.

En un segon temps, els missatges de les bossetes del te ens recorden els nostres fracassos. Davant d'ells,



els subjectes exigeixen una solució ràpida per al seu malestar, que s'ha d'extraure immediatament. El mercat també ofereix objectes per expulsar el nostre desassossec: els antidepressius o els ansiolítics. Els centres d'atenció primària ja fa temps que diagnostiquen medicació psicotròpica sense acompanyar-ho amb un treball terapèutic. En aquests casos, es priva el subjecte del temps que li cal per comprendre el que li passa. Lacan, quan introdueix la seva noció de temps lògic, parla de tres temps: l'instant de veure, el temps de comprendre i el moment de concloure. En les últimes dècades s'ha accelerat el recorregut del temps lògic fins a tal punt que l'instant de veure i el moment de concloure han quedat enganxats i han atropellat el temps per comprendre. La pregunta pel símptoma, pel que ens passa a cadascun de nosaltres, ja no es dona, ha deixat de tenir un espai. L'accent es posa ara a eliminar el malestar al més aviat possible. L'auge de les teràpies breus i el fet que el consum de psicofàrmacs (ansiolítics, somnífers, sedants o antidepressius) s'hagi triplicat en els últims anys donen fe d'un malestar psíquic creixent, però també de la urgència per desfer-se'n tan ràpid com sigui possible.

En el discurs contemporani també s'ha anat introduint una paraula que prové del món laboral: la gestió del malestar. En moltes ocasions, aquest terme s'utilitza per designar el fracàs del subjecte respecte al manteniment de la seva salut emocional. La paraula *gestió*, per una banda, assenjala el subjecte com a

culpable dels seus problemes i, per l'altra, el llança a la tasca de ser gestor de si mateix, sense que quedi gaire clar què vol dir això de *gestor*. El més rellevant de tot aquest canvi és el lloc on queda el subjecte. En molts casos, l'autogestió ens deixa sols en la culpa del nostre estat emocional. Però tranquils, de nou, el fracàs en l'administració i el bon control de les nostres emocions i els nostres pensaments està previst, i el mercat posa a la nostra disposició solucions com l'aplicació Happify o un *coach* que ens orientaran en la manera correcta d'autogestionar-nos.

No es pot entendre la popularitat de la gestió individual del malestar sense el que Mark Fisher va anomenar la privatització de l'estrès al seu llibre *Capitalist realism: is there no alternative?* ('Realisme capitalista: no hi ha alternativa?'). La interiorització del malestar ha tingut com a objectiu la destrucció del concepte del que és públic, un concepte del qual també depèn el nostre confort psíquic. Les causes socials i polítiques de l'estrès queden en un segon pla davant de la capacitat d'autogestió dels subjectes. Es naturalitza la precarietat i la inseguretat laboral que incideixen en unes condicions de vida cada cop més degradades i viscudes en soledat. Defensem amb Fisher la sortida del retir del món interior i la recuperació dels debats de salut mental i polítiques públiques. Davant la cura individual, agenda social.

La semantofilia neoliberal

L'èxit de la indústria de la felicitat es basa en una doble invenció: per una banda, la creació d'un esquer, d'un objecte desitjable que sigui prou genèric per ser irresistible: la felicitat, la consciència plena o el pensament positiu. La segona invenció consisteix a afirmar i demostrar que tothom vol obtenir el mateix objecte, per tant, que l'objecte desitjable és universal.

Quines són les conseqüències d'aquesta doble invenció? Com que tothom vol les mateixes coses inassolibles, el mercat posa a disposició tota una sèrie de pacificadors per tolerar temporalment aquesta frustració planificada. Les solucions també són les mateixes per a tothom: un *personal coach*, un retir espiritual, un llibre d'autoajuda o un ansiolític. El circuit de consum que es desplega al voltant de l'objecte desitjable és similar al de l'*objecte a*. Per això el circuit funciona, perquè la lògica és similar. El capitalisme capta la falla constitutiva del subjecte, s'adona que som subjectes dividits i s'inventa l'objecte que ens falta per organitzar i dirigir la nostra recerca metonímica d'objectes substitutoris. Capta, en definitiva, que en el terreny estructural hi ha una manca que mou el nostre desig. El capitalisme ha trobat un mecanisme per rendibilitzar la frustració i treure'n un bon benefici.

Ara bé, aquest objecte desitjable inventat per la cultura neoliberal no és l'*objecte a*, tot i que vulgui copiar-ne el funcionament. Si en el món laboral la

plusvàlua es constitueix com l'*objecte a*, com a objecte perdut que se sostreu a la classe obrera, en les teràpies i tècniques derivades de la psicologia positiva, són la felicitat, l'optimisme o la consciència plena les que volen ocupar el lloc d'objecte perdut sense ser-ho pròpiament, perquè el subjecte es pensa que el pot aconseguir. De fet, aquestes teràpies i tècniques sostenen la illusió que la felicitat està a l'abast de tothom, que només cal anar a buscar-la. Estem davant d'un subjecte que sap el que vol i a qui res li impedeix anar al mercat a buscar allò que pensa que necessita. Per això el subjecte es vincula amb l'objecte directament sense passar per l'altre, perquè suposa que té el saber sobre el seu desig. L'*objecte a*, doncs, es degrada o se simplifica com a mer objecte de mercaderia.

Però també hem vist que el circuit de consum proposat pel mercat no acaba de funcionar. Els objectes generen més aviat frustració i mai assolixen l'objectiu promès. Però el fracàs del circuit es localitza en el subjecte. Si ens sentim insatsifets és perquè ens deixem emportar pels nostres pensaments o perquè no hem sigut tenaços i obedients en la nostra pràctica.

En un sentit més epistemològic podríem dir que el fracàs de les tècniques i teràpies derivades de la psicologia positiva es deu al fet que pateixen del que Lacan va anomenar *semantofília*. L'especulació sobre el sentit de la vida, sobre el nostre cos i les nostres emocions i els nostres pensaments incideixen en el

registre del Simbòlic, és a dir, la seva intenció és modificar el saber. Els subjectes poden ser permeables a aquests nous sabers, però això no implica que hi hagi una modificació en els mecanismes de gaudi del subjecte. Un gaudi que sempre està en joc en el nostre símptoma. De fet, les múltiples versions semantofíliques de la realitat esclafen el símptoma del subjecte, que deixa de percebre's com a subjecte dividit. El fracàs té a veure amb el fet que el subjecte recau en la seva manera de gaudir. El gaudi és el més singular que no cessa d'insistir.

Les pràctiques terapèutiques i tècniques que busquen la mateixa sortida per a tothom, és a dir, aquelles en les quals el terapeuta es converteix en un representant del sentit comú i un garant de la realitat, generalment llegeixen el símptoma del pacient com un desajust de la realitat col·lectiva. No tenen en compte l'experiència del subjecte amb el Real del seu símptoma.

L'*objecte a* és un real resultant d'una construcció que trava els registres simbòlic i real. Recordem que el Real és quelcom que no s'atrapa amb paraules, és allò que queda per fora del registre simbòlic i imaginari. L'*objecte a* és un real a qui el subjecte dona forma, tal com sosté Miller a «Psicoanálisis puro, psicoanálisis aplicado y psicoterapia» ('Psicoanàlisi pura, psicoanàlisi aplicada i psicoteràpia'). Cadascú ha hagut de trobar una manera de fer singular. Per tant, el treball amb el malestar i patiment de cadascú també requereix una resposta singular orientada pel

desig. El respecte a aquesta singularitat no s'ha de confondre amb l'individualisme que promou la cultura neoliberal. S'ha d'entendre justament com a resistència a l'homogeneïtzació de la roda de consum que queda plantejada en el fet que tots compartim el mateix desig i, per tant, les mateixes solucions. Com que cadascú ha trobat una solució diferent com a subjectes que som, el sentit del símptoma no està en relació amb la realitat col·lectiva ni amb la realitat del sentit comú. Quan l'objectiu és l'adequació a la realitat i el que ens passa està previst, quin espai hi ha perquè el subjecte pugui fer-se preguntes i inventar alguna cosa respecte al seu malestar?

6. Necroempoderament capitalista i subjectes *endriagos*

Tot i la globalització del calla-i-paga, les condicions econòmiques no són les mateixes arreu del món i els modes de producció tampoc. Cal recordar, per exemple, com en molts països el treball artesanal encara és essencial per a les seves economies. En aquest assaig hem analitzat el funcionament del discurs capitalista prenent com a referència aquells sectors de la societat occidental blanca que van passar per una revolució industrial i que tenen un cert poder adquisitiu. En aquests casos, l'accés al consum no sembla estar tan determinat per la possessió o no de capital com per la influència de certs discursos.

Ara bé, com reaccionen a l'imperatiu de consum aquells subjectes que no tenen recursos? Es deixen atrapar igualment pel discurs capitalista o tenen altres maneres de fer que podrien esdevenir un lloc de resistència a la globalització neoliberal?

La roda de consum i la pulsíó de mort

Les persones que es regeixen pel discurs capitalista no es mostren com a subjectes dividits pel llenguatge o subjectes en falta perquè es presenten complets per l'objecte que han obtingut en el mercat. El subjecte ja no es mou per la pregunta cap al seu desig, sinó per un imperatiu de felicitat que l'aboca a gaudir sense límit i sense llei. En aquest consum sense fre que té com a objectiu l'obtenció de satisfacció, quedem a la deriva de la pulsíó de mort: capturats en la repetició mortificant del consum en sèrie d'objectes que acaba consumint-nos a nosaltres mateixos. Si bé en un primer moment la pulsíó de mort consisteix en l'autodestrucció per mor d'aquest viratge cap a l'interior, en un segon temps es manifesta en forma de pulsíó agressiva i es dirigeix cap a l'exterior. És aleshores quan l'impuls pel consum anirà acompanyat de certes pràctiques d'empoderament, més específicament, de *necroempoderament*. Com afirma Bernard Stiegler a l'entrevista «À propos de l'économie libidinale capitaliste» ('A propòsit de l'economia libidinal capitalista'), al capitalisme del segle xx la qüestió principal no és la producció, sinó el consum; per tant, la captació de la libido del consumidor es converteix en una qüestió fonamental.

Com més es consumeix, més gran és la sensació de frustració. El subjecte no sap com aturar el circuit de consum en el qual queda atrapat. En el discurs capitalista, s'ha esvaït l'autoritat que, en el discurs de

l'amo, posava un límit al gaudi. L'afebliment de les figures d'ordre es pot observar en el fet que totes les formes que emergeixen per controlar o regular el capitalisme acaben sent absorbides pel mercat i convertides en objectes de consum. Les mesures econòmiques preses a escala mundial mai són suficients per posar fi a una crisi més o menys constant. Amb la crisi de l'autoritat, tal com apunta Bassols al seu llibre *Autoritat i autoritarisme*, retornen formes d'autoritarisme, com la ultradreta, contra les quals les pràctiques polítiques de molts països europeus es revelen incapaces o insuficients a l'hora d'aturar-les. Molts països tampoc saben què fer amb l'excedent de la producció i els residus que s'escampen per les aigües del planeta de manera descontrolada. Només cal recordar que l'illa de plàstic del Pacífic ja triplica la mida de França.

És cert que la pandèmia ha suposat un tall en aquesta voraç circularitat de la producció. Slavoj Žižek en el seu llibre *Pandèmia. La covid-19 trsbalsa el món* afirma amb optimisme arriscat que el virus ens ha obligat a coordinar-nos mundialment, a solidaritzar-nos amb els països veïns i a treballar junts com en una mena de nou comunisme. S'ha vist l'eficàcia d'una resposta coordinada a escala mundial per protegir la vida. Gràcies a la pandèmia, afirma Žižek a *Pandèmia. La covid-19 trsbalsa el món*, se'ns obre la possibilitat de pensar en una societat alternativa, més enllà de l'estat nació i basada en la solidaritat global i la cooperació.

En aquesta mateixa línia, a l'entrevista amb Carolina Keve per a la *Revista Ñ* Judith Butler apunta com arran de la pandèmia s'han articulats noves comunitats de cura per suplir mancances allà on l'estat no arriba o allà on la cobertura sanitària es queda curta. S'han anat construint i articulant formes de comunitat alternatives a la idea de família. Però també afirma —amb menys optimisme— que la pandèmia fa més visible la desigualtat. Butler ens convoca a repensar la idea de llar i de refugi en el marc de la pandèmia. Tots dos termes ens remetent a un espai de resguard i protecció. Però, a Barcelona, en aquest període de pandèmia han continuat els desnonaments en un moment en què el govern ens instava a quedar-nos a casa. Només els van aturar al principi del confinament. Quedar-se a casa ha esdevingut, doncs, un privilegi per a aquells que en tenen, un privilegi de classe. Tots hem sigut testimonis també de com les professions més precaritzades continuaven amb el treball presencial, exposant-se més que d'altres al contagi. Fins i tot, hem tingut ocasió d'escoltar testimonis de persones que no podien parar de treballar ni tan sols encara que s'haguessin contagiat. No cobrar durant deu dies és un privilegi que no es podien permetre. El confinament també és una qüestió de classe. Un altre exemple que els termes *llar* i *protecció* s'han pensat només per a certes classes privilegiades és que els refugiats n'han quedat exclosos. Des que van aparèixer els primers casos de covid-19, la crisi dels refugiats ha deixat de ser un motiu de preocupació per als estats europeus.

Subjectivitats prescindibles: el capitalisme racial

L'auge de la ultradreta a Europa ha frenat els plans d'acollida de refugiats que es van pactar l'any 2015. Mentre Europa protegeix les vides dels seus membres, la pandèmia ha sigut l'excusa perfecta per tancar les portes de tots els països europeus del pacte sota el supòsit que hi ha vides que són més valuoses que d'altres. La situació d'emergència a les unitats de cures intensives i la manca de respiradors al principi de la pandèmia van obrir el debat sobre els subjectes que són potencialment prescindibles, quan del que s'hauria d'haver prescindit en el seu moment va ser de les polítiques de retallades en matèria de salut. El debat sobre les subjectivitats prescindibles mostra l'atroc aliança entre capitalisme i capacitisme en prioritzar els cossos productius i eficients. Quan s'ha de decidir entre qui hauria de viure i qui hauria de morir és quan, segons Achille Mbembe, la biopolítica esdevé necropolítica.

La població vulnerable i en risc social del quart món dels països civilitzats també es troba fora de resguard i, per tant, també forma part del col·lectiu dels prescindibles. Aquest fet és evident als Estats Units, on les xifres de morts en aquesta pandèmia s'han disparat perquè molts dels seus ciutadans no disposen del capital necessari per tenir assistència mèdica.

El drama de la crisi dels refugiats s'ha agreujat amb la pandèmia. A l'assentament del nord de Síria,

la situació d'amuntegament fa impossible un confinament per contenir el virus, els escassos mitjans sanitaris condemnen a morir tots aquells que es podrien salvar en un hospital. L'Àfrica subsahariana alberga més d'una quarta part de la població refugiada del món i és, a la vegada, la regió del planeta amb menys professionals de la salut. El caràcter capacitista i racial del sistema capitalista es tradueix en morts.

La necropolítica i el locus postcolonial

Achille Mbembe obre l'assaig «Necropolitique» ('Necropolítica') afirmant que la sobirania consisteix a exercir un control sobre la mortalitat i definir la vida com el desplegament i la manifestació d'aquest poder. El biopoder foucaultian constituïx l'antecedent del necropoder. Segons Foucault, la biopolítica estableix relacions entre la vida i la política sobre la base de tecnologies de dominació que consisteixen en dispositius legals i regulacions per gestionar la vida de les persones. El control de les persones no només s'exerceix a través dels discursos, sinó també en els cossos; per tant, la medicina és un dispositiu biopolític de dominació.

Mbembe afirma, però, que la biopolítica foucaultiana ja no és suficient per explicar els mecanismes de dominació del segle XXI ni els dispositius necropolítics de producció. Avui la subjecció s'exerceix a tra-

vés de la mort i de la creació de zones de mort. El necropoder es desplega als països del tercer i quart món, és a dir, entre la població racialitzada, vulnerable, precària i en situació de risc social que viu als marges de l'estat del benestar dels països desenvolupats.

Mbembe descriu el funcionament d'aquest tipus de poder en el locus postcolonial, un territori en el qual un poder difús, i no necessàriament estatal, posa a circular una economia de la mort. La sobirania consisteix en el poder de donar vida o mort de què disposen els dirigents africans sobre el seu poble. El que diferencia l'etapa postcolonial de la colonial és que, en l'època colonial, la violència era un mitjà que perseguia en exclusiva l'enriquiment i, en canvi, en la postcolonial, la violència es revela com un fi en si mateix. És en els territoris postcolonials on les estratègies de control del biopoder esdevenen necropoder, atès que que fan ús de la violència i l'exercici de la mort com a mecanismes de control. Mbembe estableix una relació entre necropolítica i capitalisme, un tàndem que Sayak Valencia també analitzarà al seu llibre *Capitalismo gore* ('Capitalisme gore'). D'aquesta aliança se'n deriva la cosificació dels cossos, que es converteixen en una mercaderia. Els éssers humans són violentats, segrestats o venuts sencers o trossets. Són objectes substituïbles reduïts a la seva capacitat de producció i de fer negoci.

L'esclau del discurs de l'amo de Lacan també és un subjecte racialitzat. En aquest sentit, en l'esclau

no només es produeix una sostracció del saber, també tenen lloc la pèrdua de la seva llar, dels drets sobre el seu cos i del seu estatus polític. L'esclau perd el dret a la seva pròpia vida, ja que l'amo la hi pot sostreure en el moment que ell consideri oportú. Les polítiques de la mort exerceixen una dominació absoluta en els cossos i suposen la mort social dels individus.

El capitalisme gore als espais fronterers

Sayak Valencia encunya el terme *capitalisme gore* per fer referència a la seva reinterpretació de l'economia hegemònica i global en els espais (geogràficament) fronterers. Pren l'adjectiu *gore* del gènere cinematogràfic per exemplificar la violència extrema i contundent de la qual participa aquesta variant salvatge i descontrolada del capitalisme. En la versió gore, la destrucció del cos es converteix en si mateixa en producte. Els cossos són concebuts com a objectes d'intercanvi sobre els quals s'exerceixen formes de violència extrema com el segrest, el tràfic de persones amb finalitat d'explotació sexual o l'assassinat per encàrrec. Aquestes pràctiques es duen a terme de manera més visible als espais fronterers, uns espais en els quals per fer front al primer món o per apropar-s'hi s'empren estratègies ultraviolentes amb l'objectiu d'aconseguir capital, d'acumular els diners necessaris que permetran a aquests subjectes un

canvi d'estatus per passar a ser hiperconsumidors legitimats per la seva capacitat monetària. El capitalisme gore consisteix, al cap i a la fi, en la dimensió sistemàticament descontrolada i contradictòria del projecte neoliberal.

Als espais fronterers s'hi dona una transvaloració de certes pràctiques que tracen una diferència fonamental respecte al capitalisme blanc primermundista. Si bé Marx descriu a *El capital* la riquesa de les societats capitalistes com una immensa acumulació de mercaderia, en el cas del capitalisme gore, com que el producte és la destrucció dels cossos, l'acumulació consisteix a comptabilitzar el nombre de morts. La realitat produïda per aquest capitalisme es basa en la violència, en el narcotràfic i en el necropoder. Aquest és el revers inhumà de la globalització. Les pràctiques gore i l'exercici de la violència que obeeixen les lògiques derivades del neoliberalisme i de la societat d'hiperconsum s'han radicalitzat amb l'adveniment de l'economia global. Som davant del que si fa no fa seria la cara B dels processos de globalització, una cara que mostra les seves conseqüències sense emmascaraments.

En aquesta versió bàrbara de la globalització és necessari denunciar les relacions entre l'economia legal i l'economia illegal, així com l'ús descontrolat de la violència com a element de necroempoderament capitalista i enriquiment econòmic. El consum bulímic de sèries i pel·lícules que glorifiquen la cultura criminal, com, per exemple, *Els Soprano*, ens presenten

un ideal de subjecte mafiós amb poder adquisitiu i amb facilitat per obtenir diners a través de pràctiques extorsionadores. La violència, per tant, no tan sols s'executa per aconseguir beneficis econòmics, sinó que també ha esdevingut un objecte de consum valuós que funciona com a dispositiu de subjectivació. Es podria parlar de tot un mercat gore o necromercat conformat per les *darknets* com la *deep web*: uns espais on es pot navegar sense identitat i en un entorn de total llibertat per adquirir els productes de consum que són il·legals al mercat.

La ingovernabilitat de les subjectivitats endriagues¹⁰

Els subjectes *endriagos* són tots aquells subjectes que per la seva condició de subalternitat no disposen del poder adquisitiu necessari per complir les demandes neoliberals de l'hiperconsum. Com que se senten exclosos del consum massiu i global, adopten pràctiques violentes per aconseguir els objectes que desitgen. En aquests casos no som davant la lògica d'una sobirania, d'una institució o d'una multinacional que fan exercici del necropoder amb l'objectiu d'acumular capital, sinó de persones en situació vulnerable

¹⁰ El concepte de subjectes *endriagos* és introduït per València.

que han decidit fer ús de la violència, o de mecanismes considerats com a il·legals, com a eina d'empoderament i d'adquisició de capital, i que per poder subsistir fan de la violència extrema una forma de vida. Valencia afirma que en molts casos aquest necropoderament és una resposta a la por a la desvirtuació que senten molts homes davant la creixent precarització laboral i la incapacitat de complir el seu paper de mascle proveïdor.

Mentre que el concepte de necropolítica de Mbembe se situaria en el marc discursiu de l'amo i l'esclau, de governadors i governats, el viratge cap al capitalisme gore apunta més a la lògica del discurs capitalista. Els subjectes *endriagos*, tot i estar sotmesos a l'imperatiu de consum del capitalisme global, encarnen el concepte d'ingovernabilitat. Són subjectes subversius que no atenen les lleis de l'economia legal, però que queden lluny de constituir una subjectivitat de resistència al capitalisme global tenint en compte que en el seu ús particular del necropoder en constitueix l'expressió més crua. El subjecte *endriago* combina la lògica de la pobresa, del fracàs i de la frustració, amb la lògica de l'excés i de la gloriificació de la violència. L'agenciamment subjectiu de les pràctiques ultraviolentes mostra com els cossos inserits en el circuit de consum no haurien de considerar-se sempre com a dòcils o passius.



7. Obertures: què se sostreu al circuit del consum?

El barri d'Agbogbloshie, a la capital de Ghana, s'ha convertit en l'abocador més gran de residus electrònics del món. Anys enrere, els meandres del riu Odaw, ple de vida i de peixos, recorrien aquesta regió. Els nens que abans jugaven a la vora d'aquest riu, avui hi busquen ferralla. El flux constant d'ordinadors i televisors que acaben als abocadors de Ghana ha tingut un impacte irreversible en la bellesa del paisatge i en la salut dels seus habitants. Pantalles negres trencades, ordinadors esbudellats amb les tripes fora, monticles de fum provinents de la crema de plàstics per extreure el metall dels cables. Peus descalços i fum gris enmig d'un desert de pantalles trencades que han deixat de funcionar com a objectes de gaudi per als consumidors voraçs dels països desenvolupats i han acabat en abocadors inabastables, però tot té un límit. No només els recursos del planeta són limitats:

ens estem quedant sense llocs físics on col·locar les deixalles dels objectes de consum massiu. Només cal pensar en els residus espacials a la deriva que creixen sense límit més enllà del cel blau que ens fa de sostre.

El consum desenfrenat del capitalisme està imprimint solcs mortífers a l'escorça terrestre. Està transformant el paisatge tal com l'hem gaudit fins ara i modificant el nostre imaginari del que és la natura introduint-hi quantitats ingents de material plàstic que sura a la deriva als antics rius, als oceans i a l'espai exterior.

La deixalla és la part inassumible del circuit de consum, l'angle mort de la societat capitalista que col·loca les restes dels seus objectes de gaudi fora del camp de visió de la felicitat del consumidor, a qui protegeix de veure la totalitat del circuit presentant els productes nous de trinca a l'aparador.

Les subjectivitats que promou el capitalisme també ens volen protegir de veure'ns com a subjectes dividits. La proliferació incontinent d'identitats té com a objectiu obturar i cobrir aquesta divisió constitutiva que és la marca de la nostra singularitat i el solc per on pot circular el nostre desig. La lògica del capitalisme no és la lògica del desig, sinó de la frustració. Hem anat veient aquells moments, mecanismes, discursos i fenòmens que suturen la divisió dels subjectes omplint-los amb objectes de gaudi perquè es converteixin en subjectes rodons, complets i d'aparador, allunyats del camí del seu desig. I promouen, en canvi, la frustració perquè el consum no cessi

mai. Avui dia ja no comprem per satisfer una necessitat, el que comprem i paguem és frustració. I ho fem un cop, i un altre, i encara un cop més.

Caldria, doncs, reconduir aquesta frustració que senten els subjectes i interrogar-la des del seu propi desig, més enllà dels objectes que vanament ens ofereix el mercat per calmar-la, més enllà de les promeses de les narratives d'autoajuda i de certes psicoteràpies. Permetre'ns col·locar el més singular del subjecte com a tallafoc dels discursos que ens empenyen a un calla-i-paga sense límit i adreçat a tothom.

Una de les maneres per fer emergir el subjecte de desig i aturar l'exigència incessant del mercat pot ser parlar dels límits del planeta per assumir els residus de tot allò que consumim, dels límits de la fantasia promoguda pel neoliberalisme segons la qual «hem de dir que sí a tot» —no fos cas que—. Aquest assentiment incondicional vesteix d'un sentit màgic la precarietat actual: «si dius que no, el mercat no et donarà més oportunitats». També pot ser posar al davant els límits del nostre cos i desconfiar del pensament màgic neoliberal que ens converteix en màquines 24/7. De vegades ens cal un «no» per donar fe del caràcter limitat de la capacitat de treball, del cos, del temps i de l'existència. Un «no» per aturar la maquinària capitalista i obrir un espai que pugui ser habitat per un subjecte i on puguin aparèixer altres lògiques i maneres de fer més sostenibles i humanes. Només des de la reflexió i la lucidesa podrem sortir del cicle sense fi que imposa el circuit neoliberal.



Bibliografia

- AHMED, Sara. *The promise of happiness*. Duke University Press, 2010. [*La promesa de la felicidad: Una crítica cultural al imperativo de la alegría*. Traducció d'Hugo Salas. Caja Negra, 2019.]
- ALEMÁN, Jorge. *En la frontera: Sujeto y capitalismo*. Converses amb María Antonia Gimbel. Gedisa, 2014.
- . *Capitalismo: Crimen perfecto o Emancipación*. NED Ediciones, 2019.
- . *Pandemónium: Notas sobre el desastre*. NED Ediciones, 2020.
- BASSOLS, Miquel. *Autoritat i autoritarisme: Una lectura des de la psicoanàlisi*. Publicacions de la Universitat de València, 2020.
- . *Una política para erizos y otras herejías psicoanalíticas*. Grama, 2018.
- BASZ, Gabriela [et al.]. *Mutaciones del sujeto contemporáneo*. Grama, 2016.

BANKINTER. «Anuncio Bankinter 2020: El banco que ve el dinero como lo ves tú». *Blog de Economía y Finanzas Bankinter* [en línea] (08.04.2020) <<https://www.bankinter.com/blog/noticias-bankinter/bankinter-anuncio-dinero-medidas-coronavirus>> [Consulta: 02.04.2022].

BECK, Ulrich; BECK-GERNSHEIM, Elisabeth. *Individualization: Institutionalized individualism and its social and political consequences*. SAGE, 2002. [*La individualización: El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Traducción de Bernardo Moreno. Paidós, 2003.]

BENVENISTE, Émile. *Problèmes de linguistique générale*. Tom I. Gallimard, 1976. [*Problemas de lingüística general*. Tomo I. Traducción de Juan Almela. Siglo XXI, 2004.]

BROUSSE, Marie-Hélène. *Mujeres y discursos*. Gredos, 2020.

BUTLER, Judith. *Subjects of desire: Hegelian reflections in twentieth-century France*. Columbia University Press, 1987. [*Sujetos del deseo: Reflexiones hegelianas en la Francia del siglo xx*. Traducción d'Elena Luján. Amorrortu, 2012.]

—. «El aislamiento, en parte, es una estrategia de control estatal». Entrevista de Carolina Keve. *Revista Ñ, Clarín.com* (22.05.2020). <https://www.clarin.com/revista-enie/ideas/judith-butler-aislamiento-parte-estrategia-control-estatal-_o_kW_O19uSF.html> [Consulta: 16.03.2022].

—. *Problemes de gènere: El feminisme i la subversió de la identitat*. Traducció de Bel Olid. Angle, 2021.

- CABANAS, Edgar; ILLOUZ, Eva. *Happycratie: Comment l'industrie du bonheur a pris le contrôle de nos vies*. Premier Parallèle, 2018. [*Happycracia: Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Traducció de Núria Petit Fontseré. Paidós, 2019.]
- COYNE, James C.; TENNEN, Howard. «Positive psychology in cancer care: bad science, exaggerated claims, and unproven medicine». *Annals of Behavioral Medicine*, vol. 39, núm. 1 (2010), p. 16-26.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *La nouvelle raison du monde: Essai sur la société néolibérale*. La Découverte, 2010. [*La nueva razón del mundo: Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Traducció d'Alfonso Díez. Gedisa, 2013.]
- FISHER, Mark. *Capitalist realism: is there no alternative?* o Books, 2009. [*Realismo capitalista: ¿No hay alternativa?* Traducció de Claudio Iglesias. Caja Negra, 2016.]
- FOUCAULT, Michel. «L'éthique du souci de soi comme pratique de la liberté». Diàleg amb H. Becker, R. Fornet-Betancourt, A. Gomez-Müller. *Concordia. Revista Internacional de Filosofía*, núm. 6 (1984), p. 99-116. [«La ética del cuidado de sí como práctica de la libertad». A: Michel FOUCAULT. *Estética, ética, hermenéutica. Obras esenciales*. Volum III. Traducció d'Àngel Gabilondo. Paidós, 1999, p. 393-401.]
- FREUD, Sigmund. *Més enllà del principi de plaer*. Traducció de Pere Folch Mateu. Espaxs, 1989.
- . *Psicologia social dels grups i anàlisi del jo*. Traducció de Clàudia Maurer Sötebehr. Pere Notó, 2021.
- GALCERÁN HUGUET, Montserrat. «Autonomía y subjetividad. Por una lectura crítica de algunos textos de

- A. Negri». *YOUKALI. Revista crítica de las artes y pensamiento* [en línia], núm. 5 (2008), p. 53-68. <<http://www.youkali.net/5a4-YOUKALI-Galceran-Huguet.pdf>> [Consulta: 16.03.2022].
- GÓMEZ GRIJALVA, Dorotea. *Mi cuerpo es un territorio político*. Brecha Lésbica, 2012.
- GONZÁLEZ, Pilar. «Debilitamiento de lo simbólico». *Freudiana*, núm. 64 (2012), p. 97-102.
- KABAT-ZINN, Jon. *Mindfulness per a principiants*. Traducció de Fina Marfà. Kairós, 2013.
- LACAN, Jacques. «La instància de la lletra a l'inconscient o la raó d'ençà de Freud». Traducció d'Antoni Vicens. *Els Marges*, núm. 27 (1983), p. 163-190.
- «Subversion du sujet et dialectique du désir dans l'inconscient freudien». A: Jacques LACAN. *Écrits II*. Éditions du Seuil, 1966, p. 793-827. [«Subversión del sujeto y dialéctica del deseo en el inconsciente freudiano». A: Jacques LACAN. *Escritos 2*. Traducció de Tomás Segovia. Siglo XXI, 2003, p. 773-807.]
- *Radiophonie. Télévision*. Éditions du Seuil, 1970, 1974. [Psicoanálisis: Radiofonía & Televisión. Traducció d'Orlando Gimeno-Grendi i Oscar Masotta. Anagrama, 1980.]
- *Le séminaire. Livre II: Le moi dans la théorie de Freud et dans la technique de la psychanalyse*. Éditions du Seuil, 1978. [El seminario. Libro 2: El Yo en la teoría de Freud. Traducció d'Irene Agoff. Paidós, 1983.]
- «Du discours psychanalytique». A: Jacques LACAN. *Lacan in Italia. 1953-1978. Lacan en Italie*. La Salamandra, 1978. [«Del discurso psicoanalítico». Traducció d'Olga

- Mabel Máter. Conferència a Milà del 12 de maig del 1972.]
- . *Le séminaire. Livre XVII: L'envers de la psychanalyse*. Éditions du Seuil, 1991. [El seminario. Libro 17: El reverso del psicoanálisis. Traducció d'Enric Berenguer i Miquel Bassols. Paidós, 1992.]
- . *Le séminaire. Livre XX. Encore*. Éditions du Seuil, 1975. [El seminario. Libro 20: Aun. Traducció de Diana Rabinovich, Juan Luis Delmont-Mauri i Julieta Sucre. Paidós, 2018.]
- LEGUIL, Clotilde. «Illusion du “nous”, vérité du “Je”». Approche lacanienne de l'identité». *Lacan Quotidien* [en línia], núm. 619 (2017). <<https://lacanquotidien.fr/blog/2017/01/lacan-quotidien-n-619/>> [Consulta: 16.03.2022].
- LIPOVETSKY, Gilles. *L'ère du vide: Essais sur l'individualisme contemporain*. Gallimard, 1983. [La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Traducció de Joan Vinyoli i Michèle Pendants-Pousa. Anagrama, 1986.]
- . *Le bonheur paradoxal. Essai sur la société d'hyperconsommation*. Gallimard, 2006. [La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo. Traducció d'Antonio-Prometeo Moya. Anagrama, 2007.]
- LUTEREAU, Luciano. *La subjetivación patriarcal: Identificación, género y síntoma*. La Cebra, 2020.
- LYOTARD, Jean-François. *La condition postmoderne: Rapport sur le savoir*. Les Éditions de Minuit, 1979. [La condición postmoderna. Traducció de Mariano Antolín Rato. Cátedra, 2006.]

- MASOTTA, Oscar. *Lecciones de introducción al psicoanálisis*. Gedisa, 2006.
- MBEMBE, Achille. «Necropolitique». *Raisons politiques*, vol. 1, núm. 21 (2006), p. 29-60. [*Necropolitica*. Traducció d'Elisabeth Falomir Archambault. Melusina, 2011.]
- MILLER, Jacques-Alain. *Le lieu et le lien* [en línia]. Primera sessió del curs, 15 novembre 2000. <<https://es.scribd.com/doc/108484425/Alain-Miller-Jacques-Le-Lieu-Et-Le-Lien-2000>> [Consulta: 30.03.2022]. [*El lugar y el lazo*. Traducción de Gerardo Arenas. Paidós, 2013.
- . «Psicoanálisis puro, psicoanálisis aplicado y psicoterapia». *Freudiana*, núm. 32 (2001), p. 7-42.
- PALOMERA, Vicente. «Identidad nacional e identidad-síntoma». A: Vicente PALOMERA. *Yo soy... Todos somos... El psicoanálisis ante las nuevas identidades. XVI Jornadas de la Escuela Lacaniana de Psicoanálisis* (11-12 novembre 2017). Escuela Lacaniana de Psicoanálisis, 2017. Disponible en línia a: <<https://identidades.jornadaselp.com/textos-y-bibliografia/texto-de-orientacion/identidad-nacional-e-identidad-sinthoma/>> [Consulta: 16.03.2022].
- PETIT, Philippe (2008). «À propos de l'économie libidinale capitaliste». A: Bernard STIEGLER (comp.). *L'économie de l'hypermatériel et psychopouvoir: Entretiens avec Philippe Petit et Vincent Bontems*. Mille et Une Nuits, 2008, p. 1-46. [«A propósito de la economía libidinal capitalista. Entrevista de Philippe Petit a Bernard Stiegler». Traducció de Luis Alfonso Paláu-Castaño. *Ciencias Sociales y Educación*, vol. 9, núm. 18 (2020), p. 237-259.]

- PRATT, Mary Louise. «Globalización, desmodernización y el retorno de los monstruos». Traducció d'Elvira Maldonado. *Revista de Historia*, núm. 156 (2007), p. 13-29.
- Qüestionari de benestar emocional i social* [en línia]. Generalitat de Catalunya. Departament de Salut. <<https://canalsalut.gencat.cat/ca/vida-saludable/empresa-promotora-salut/questionaris-tematics/queestionari-de-benestar-emocional-i-social>> [Consulta: 02.04.2022].
- Qüestionari de benestar subjectiu infantil* [en línia]. Ajuntament de Barcelona. Institut Infància i Adolescència. Universitat de Girona. Institut de Recerca sobre Qualitat de Vida, 2017. <https://institutinfancia.cat/wp-content/uploads/2017/11/20170112def_IIAB_QBenestarCAT_Paper.pdf> [Consulta: 02.04.2022].
- RODRÍGUEZ RIBAS, José Àngel. *Cuerpos del inconsciente: sus paradigmas y escrituras*. Miguel Gómez Ediciones, 2015.
- SÁEZ, Javier. *Teoría Queer y psicoanálisis*. Síntesis, 2008.
- SAUSSURE, Ferdinand de. *Curs de lingüística general*. Traducció de Joan Casas. Edicions 62, 1990.
- SOLER, Colette. *Incidencias políticas del psicoanálisis*. S&P, 2016.
- STAVRAKAKIS, Yannis. *The Lacanian left: Psychoanalysis, theory, politics*. SUNY Press, 2007. [*La izquierda lacaniana: Psicoanálisis, teoría y política*. Traducció de Lilia Mosconi. Fondo de Cultura Económica, 2010.]
- VALENCIA, Sayak. *Capitalismo gore*. Melusina, 2010.
- VALLEJO, Paula. «Malestares en tiempos de goce. Una lectura sobre las mutaciones del sujeto contemporáneo». A: Gabriela BASZ [et al.]. *Mutaciones del sujeto contemporáneo*. Grama, 2016, p. 97-117.

- VIÑAS, David. *Erótica de la autoayuda: Estrategias narrativas para promesas terapéuticas*. Ariel, 2012.
- WILLIAMS, Raymond. «The magic system». *New Left Review*, vol. 1, núm. 4 (1960), p. 27-32.
- WITTIG, Monique. *The straight mind and other essays*. Beacon Press, 1992. [El pensamiento heterosexual y otros ensayos. Traducció de Javier Sáez i Paco Vidarte. Egales, 2006.]
- ŽIŽEK, Slavoj. *The sublime object of the ideology*. Verso, 1989. [El sublime objeto de la ideología. Siglo XXI, 2010.]
- . *Pandèmia. La covid-19 traspasa el món*. Traducció de Ferran Ràfols Gesa. Anagrama, 2020.
- 2020 ICF global coaching study [en línia]. International Coaching Federation, 2020. <https://coachingfederation.org/app/uploads/2020/09/FINAL_ICF_GCS2020_ExecutiveSummary.pdf> [Consulta: 02.04.2022].







Inés García López (Badalona, 1976) és doctora en Filologia Alemanya per la Universitat de Barcelona amb una tesi sobre poesia medieval islandesa i professora d'alemany a la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona. També es va llicenciar en Psicologia i és sòcia de l'Escola Lacaniana de Psicoanàlisi de la Comunitat de Catalunya. És traductora de l'islandès al català (*Àngels de l'Univers*, d'Einar Már Guðmundsson, Nits Blanques, 2021), i el 2020 va ser la primera persona de l'Estat espanyol a rebre la prestigiosa beca de traducció Snorri Sturluson concedida pel govern d'Islàndia. Forma part del claustre de l'Escola Bloom, on imparteix seminaris sobre gènere, escriptura i psicoanàlisi.



Aquest llibre s'ha imprès a Romanyà Valls,
Capellades, el 23 de maig de 2022





