



UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

FACULTAD DE FILOSOFÍA

Máster Universitario en Filosofía Teórica y Práctica

Especialidad de Filosofía Práctica

Trabajo Fin de Máster

Psicoanálisis y las políticas del afecto

Análisis del objeto *a* en los discursos afectivos de la
contemporaneidad cultural y política

Autor: Juan Ignacio Iturraspe Staps

Tutor: Francisco José Martínez

Madrid, 27/05/2017

RESUMEN

La trayectoria de este trabajo tiene como objetivo parcial hacer un estudio analítico del concepto flotante de *objeto a* en la teoría psicoanalítica de Jacques Lacan, de lo cual se deriva la investigación de las dinámicas del deseo y por consiguiente de los afectos. Todo ello será el punto de partida para, a continuación, dilucidarlo en la investigación de la contemporaneidad cultural y política llevada a cabo Eloy Fernández Porta en cuatro de sus principales ensayos, acompañado de diversas lecturas aledañas de otros autores. Con este periplo en las conclusiones se hará una síntesis de todo lo dicho en las dos previas secciones y se presentará una corriente estética crítica reciente llamada *Metamodernismo* que aglutina el posicionamiento ético y crítico del psicoanálisis lacaniano y las reflexiones sobre la cultura llevadas a cabo por Porta.

Palabras clave: *psicoanálisis, objeto a, cultura, metamodernismo, afectos.*

ABSTRACT

The trajectory of this work has as partial objective to make an analytical study of the floating concept of object *a* in the psychoanalytic theory of Jacques Lacan, from which the research derives from the dynamics of the desire and consequently of the affections. All this will be the starting point for, then, elucidate it in the investigation of the cultural and political contemporaneity carried out by Eloy Fernández Porta in four of his main essays, accompanied by diverse readings by other authors. With this walkthrough in the conclusions will be made a synthesis of everything said in the two previous sections and will present a recent critical aesthetic stream called Metamodernism that agglutinates the ethical and critical positioning of the Lacanian psychoanalysis and the reflections on the culture carried out by Porta.

Key words: *psychoanalysis, object a, culture, metamodernism, affections.*

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. JACQUES LACAN, APUNTES BIOGRÁFICOS	7
2.1. EL <i>OBJETO A</i> EN LA TEORÍA Y PRÁCTICA PSICOANALÍTICA DE JACQUES LACAN	10
3. ANÁLISIS DE LA CONTEMPORANEIDAD CULTURAL	55
3.1. ELOY FERNÁNDEZ PORTA, APUNTES BIOGRÁFICOS	57
3.1.1. Afterpop: la literatura de la implosión mediática	58
3.1.2. Homo Sampler: Tiempo y consumo en la Era Afterpop	79
3.1.3. €@O\$, La superproducción de los afectos	104
3.1.4. Emocíonese así: Anatomía de la alegría (con publicidad encubierta)	137
4. CONCLUSIÓN	167
BIBLIOGRAFÍA	177

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo del trabajo que presento a continuación trataré diversas preguntas vinculadas a una inquietud tanto personal como teórica: los *afectos*. ¿Por qué los afectos? Desde hace ya mucho tiempo tenía el deseo de adentrarme en el mundo del psicoanálisis, por ello visité algunas obras de Sigmund Freud, su mitificado padre, a través de textos como *El malestar en la cultura*, *Tótem y tabú*, *El yo y el ello*, entre los primeros que puedo ahora recordar, los cuales retornaron a mí al realizar una asignatura en el Máster de Filosofía Práctica y Teórica dedicada especialmente al estudio de la teoría psicoanalítica con el profesor Carlos Gómez Sánchez. Por aquel entonces, mientras hacía mis primeras incursiones por los laberínticos pasillos de la parapsicología freudiana me adentré en el llamado *psicoanálisis existencialista* de Jean-Paul Sartre, el cual mediante una mezcla de fenomenología psicológica husserliana y la aplicación del “método” fenomenológico éste elaboró un proyecto de análisis que quedó incompleto presentado en su magna obra *El ser y la Nada*¹. De hecho, el trabajo que presenté al acabar el grado de Filosofía en la Universidad Autónoma de Barcelona bajo el título *Imaginación y emoción en la psicología fenomenológica de Jean-Paul Sartre* dirigido por Ricardo Mendoza Canales quien me presentó el campo de la Fenomenología de Edmund Husserl, deja constancia de que mi curiosidad, tanto personal como teórica, ya que en él bordeo todo aquello que cae dentro del estudio de las afecciones psíquicas.

Tras Freud, Husserl, Brentano y Sartre, decidí hacer un salto al psicoanálisis presentado por Jacques Lacan, quien, en cierta medida, estuvo antes en mi cabeza que el mismo Freud. Pero, ¿por qué, a fin de cuentas, los afectos son para mí de interés personal y teórico? Principalmente por el arte. En él veo representadas más que ideas las complejas modulaciones de éstas cargadas de afectos, de carácter, de estilo.

¹ Sartre en *El Ser y la Nada* presenta la distinción entre el psicoanálisis empírico, que sería el de Freud y sus seguidores, y el psicoanálisis existencialista, su proyecto, en el cual rechaza la noción de inconsciente poniendo en su lugar la predominancia de la consciencia y sus múltiples representaciones evidentes. Todo lo que acaece en el habla y en los actos del sujeto pertenecen al rango de la conciencia tanto irreflexiva como reflexiva no desde el fondo de un continente oscuro como es el del inconsciente sino que este mismo se muestra para-sí y en-sí a raíz de la elección originaria del ser ante su falta de ser, lo cual tiene reverberaciones con lo que ya se verá cuando hable del objeto *a* y sus múltiples formaciones con respecto al goce. Para un análisis más detallado sobre el psicoanálisis existencial: Sartre, 2013: 768-776.

Allí, en toda manifestación artística, resta el testimonio del afecto de un presente singular. Pero no solamente en aquellas obras de museo, ni tampoco aquellas que salen por la televisión, o incluso en plataformas digitales como Vimeo o YouTube, sino en la misma cotidianeidad, cuando se ama, se odia o se distingue uno de los demás por llevar un tipo de ropa o hacerse llamar en silencio bajo la etiqueta de ser X. En todos estos lugares hay un discurso que organiza el devenir afectivo de los individuos. De algún modo, y en relación con esto, siempre me ha llamado la atención la *topología de los afectos*, lo cual no atiende solamente al afecto cual categoría sino al modo en el que éste se anuncia, se expresa, es decir, presta interés por el lugar singular de enunciación y el enunciado, por el artista y la obra, por el melancólico y sus martirios, por el enamorado y sus desvaríos, etc...

¿En qué se centrará pues el trabajo? El trabajo que a continuación presento ahondará la cuestión de los afectos a través del psicoanálisis lacaniano, lugar desde el cual investigaré el llamado *objeto a* dentro de la teoría y práctica psicoanalítica. ¿Por qué el *objeto a*? El objeto *a* dentro de la teoría lacaniana, como ya se verá en su correspondiente sección, es la causa del deseo, es la razón tras los afectos, y la fuerza aspirante de la fantasía, el magnetismo de las imágenes, la promesa tras la sutileza de los variados estilos de vida, la falta de sí inherente en todo objeto de deseo. Dicho con otras palabras, aquello por lo cual uno desea lo que desea (sin saberlo). Pero no solamente ahondaré en dicho concepto flotante, sino que además le seguiré la pista en sus distintas manifestaciones culturales.

¿Qué vinculación tiene el objeto *a* con la cultura? El objeto *a* tiene un papel fundamental dentro de la cultura, ya que es precisamente aquello que hace de soporte de todo producto de consumo, de todo discurso, de toda película, partido político, estilo de vida, religión, etc... Es lo que causa el deseo en cualquier objeto. De hecho, los objetos, como ya se verá, no son más que meros portadores de señuelos con lo que el sujeto se identifica y consume siguiendo en cierto modo la tendencia que indican sus tiempos, las modas, etc., de ahí que el sujeto esté atravesado por la cultura. El objeto *a* pues tiene su lugar en la cultura, como objeto velado por, justamente, ésta cultura.

Tendrá gran importancia en los estudios culturales que mostraré en el capítulo correspondiente el papel del *fantasma*, concepto lacaniano también que se refiere al modo en el que el objeto *a*, velado para el sujeto consciente, presenta el objeto deseado como objeto *digno de ser deseado por el Otro* para el individuo inmerso en su cotidianeidad. El fantasma, como lo presenta Žižek, encubre al sujeto del horror que sería hallarse con el objeto *a* ya que el deseo pasa por el sujeto consciente y se le muestra como una imagen deseable pero que a su vez emerge desde las tinieblas del inconsciente, donde más que placer lo que se halla es el *goce*, el horror de Lo Real (Žižek, 2011: 11). Por ponerlo con otras palabras, la fantasía nos “protege” del encuentro con lo real, por ello la cuestión está pues en ver el modo en el que dicha “protección fantasmática” se da en la cultura contemporánea desvelando la realidad que se halla en el mismo producto cultural que fagocita determinado tipo de estructuración fantasmática.

La tesis pues sería la siguiente: ¿bajo qué representaciones culturales se presenta el objeto *a*, la causa de deseo? Es decir, ¿qué dicen los productos culturales sobre la Cultura misma? ¿Cuál es el lugar de enunciación de los enunciados dados en la cultura?

Dicho esto pues comenzaré el trabajo presentado brevemente la figura de Jacques Lacan, para luego adentrarme en su teoría psicoanalítica siguiendo la estela del objeto *a*, para a continuación, hecho todo el periplo, discurrir lo dicho por los variados estudios de la contemporaneidad llevados a cabo por Eloy Fernández Porta, acompañado de diversos apuntes seleccionados por mi provenientes de figuras de la crítica cultural y política como Gilles Lipovetsky, Slavoj Žižek, Zygmunt Bauman, la organización francesa anarquista *Tiqqun*, José Luis Pardo, Byung-Chul Han y, Joseph Heath y Andrew Potter. Por último, y para terminar el trabajo, añadiré un pequeño apartado en el cual expondré algunas conclusiones sobre todo el trabajo realizado a modo de cierre de toda la travesía. En este último apartado propondré una síntesis de lo mencionado en las dos secciones anteriores y el posicionamiento crítico y estético promulgado por la corriente del *Metamodernismo* de la mano de Timotheus Vermeulen y Robin van den Akker con una intención dirigida más que a una respuesta o señalar el estado de la cuestión entre los afectos, la cultura y su dimensión política.

2. JACQUES LACAN, APUNTES BIOGRÁFICOS²

Jacques-Marie Émile Lacan, nacido el 1901 en París, entró a sus treinta y tres años en la Fundación de la Sociedad Psicoanalítica de París aprobada por Sigmund Freud inaugurada el 1926, dirigida por S. Nacht, M. Bonaparte, S. Leibovici y D. Laganche. Por aquel entonces Lacan ya era psiquiatra, y mientras publicaba artículos para revistas de psiquiatría y arte surrealista (*Cahiers d'Art* y *Minotaure*) se estaba analizando con Loewenstein. Presentó su Tesis Doctoral titulada “De la psicosis paranoica y sus relaciones con la personalidad”. En el mismo año de ingreso en la S.P.P., 1934, asiste al curso presentado por Kojève, a quien Lacan considerará como maestro, quien presenta una revisión de la dialéctica del amo y el esclavo de la *Fenomenología del Espíritu* de G.W.F. Hegel en relación con el deseo.

En 1936 presenta en el Congreso de Marienbad su trabajo sobre el *estadio del espejo*, sobre el cual tendrá una mención en la siguiente sección. Tras unos años entre publicaciones y actos público en el 1948 Lacan pasa a formar parte de la comisión de enseñanza de la S.S.P., y gracias a lo cual a los tres años de su nombramiento comienza a dar seminarios particulares revisando distintos casos de Freud como *Dora* y *El Hombre de los lobos*. Tras dichas presentaciones Lacan hace su primer seminario público en el hospital Sainte Anne bajo el título “Los escritos técnicos de Freud” el año 1953, año en el cual también se escinde de la S.S.P. y forma por su cuenta la Sociedad Francesa de Psicoanálisis acompañado por F. Dolto, Laplanche y Lagache, pidiendo asimismo reconocimiento por la Asociación Internacional de Psicoanálisis. El motivo por el cual Lacan, junto con sus compañeros, decidió separarse de la S.S.P. es debido a la propuesta que hizo el ya mencionado Nacht sobre la aceptación de titular como psicoanalistas a médicos. Pero, al margen de este motivo, ya se notaba que las derivaciones teóricas y prácticas de Lacan deambulaban por otro lugar que por el de la tradición freudiana y post-freudiana de la S.S.P. Esta separación quedó manifiesta en el *Discurso de Roma* donde Lacan formula por primera vez que «el inconsciente está estructurado como un lenguaje» (V.V.A.A., 2014: 12), dicho discurso

² Todo lo dicho en esta sección está extraído de V.V.A.A., 2014: 11-14.

fue agregado a los *Escritos* bajo el título de *Función y campo de la palabra y del lenguaje en psicoanálisis*.

Al año siguiente, 1954, la I.P.A. (Asociación Internacional de Psicoanálisis) no acepta la formación de su propia sociedad debido a las diferencias de la teoría canónica freudiana. De hecho Anna Freud acusa a Lacan y sus socios de «trasladar la querrela al mundo exterior» (V.V.A.A., 2014: 12) y Hartmann que «no garantizan la enseñanza» (V.V.A.A., 2014: 12), desaprobando el reconocimiento por la internacional psicoanalítica.

Tras esta negativa de la I.P.A. la S.F.P. sigue su camino y comienzan a publicar el 1956 una revista titulada *La Psychanalyse* donde publicarán el Discurso de Roma la cual atrae a distintos antropólogos, filósofos y humanistas. Pero al cabo de unos años de magnetismo intelectual por la asociación comienzan a haber fracturas internas, precisamente entre Lacan y Lagache. Lacan aun así seguía asistiendo a lecturas y coloquios como el de Bonneval de 1960 invitado por Henri Ey al que acuden también J. Laplanche, S. Laclaire, F. Perrier y P. Ricouer. Tres años después del coloquio comienza a dar su seminario en la École Normale Supérieure de París, donde sus lecturas revisionistas de Freud hacen temblar a los de la I.P.A. por su obsesivo y técnico análisis.

Al año siguiente, Lacan es expulsado de su propia Asociación debido a un pacto que hicieron Laplanche, Pontalis y Lagache con la I.P.A. que consistía en ser reconocidos por ésta a cambio de la destitución de Jacques Lacan. Ese mismo año, Lacan funda nuevamente otra sociedad acompañado esta vez por F. Dolto, S. Laclaire, O. y M. Manonni, J. Clavreul y M. Safouan bajo el nombre de Escuela Freudiana de París (E.F.P.). De hecho en el 1967 se propuso el *pase* dentro de la escuela como estatuto necesario para la obtención de reconocimiento por la escuela para ejercer de psicoanalista, de esta forma evitarían la jerarquización de la I.P.A. y más que ello su evaluación didáctica como rito de iniciación de la misma. En vez de esto las relaciones se aplanarían en la escuela dando un aire de autonomía y apertura. Estos estatutos fueron aprobados el 1969.

En el 1966 se publican los *Escritos* de Lacan donde se recopilan todas las enseñanzas y escritos más relevantes publicados por éste y organizados por él mismo

como *escritos psicoanalíticos*. Mientras tanto sus seminarios siguen atrayendo a todo tipo interesados de distintas ramas de conocimiento, y por fin en el 1973 se comienzan a editarse, comenzando por el seminario XI titulado *Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis* dictado el 1964.

La Escuela Freudiana de París se disuelve el 1975 por el mismo Lacan y en su lugar funda la Causa Freudiana para luego hacerla escuela. Insiste nuevamente en la cuestión del *pase* y tras tantos cambios y puntualizaciones S. Leclaire, O. y M. Manonni y F. Dolto que estaban con él en la E.F.P. abandonan el proyecto de Lacan. Y tras tantos cambios, sus seminarios siguieron editándose al igual que sus distintas apariciones públicas. En septiembre del 1981 Jacques Lacan muere en París.

2.1. EL OBJETO A EN LA TEORÍA Y PRÁCTICA PSICOANALÍTICA DE JACQUES LACAN

Para poder llegar a comprender el concepto de *objeto a* en la obra de Jacques Lacan es preciso asegurar antes su lugar: *a* no es un concepto sino una “invención” para designar lo indesignable de la dinámica del inconsciente del sujeto. Dicho con otras palabras, *a* sólo puede ser definido a partir de sus efectos en el habla del sujeto deseante, que al igual que el concepto de la *angustia*³ en Kierkegaard, al pertenecer al ámbito de la ética, *secunda philosophia*, y no al de la ciencia, *philosophia primera*, que mientras esta busca la esencia de la inmanencia o la reminiscencia, la ética halla su esencia en la trascendencia y lo que se repite en sus múltiples manifestaciones, sin buscar su origen (Kierkegaard, 2016: 67). De hecho, el objeto *a* no pertenece siquiera al campo de la distinción entre sujeto y objeto, ya que este rango de identidad y diferencia se da en el aparato consciente (y preconsciente), por lo que el objeto *a* es causa de sí mismo, es el objeto de deseo mismo. En mi opinión *a* es un lugar de apuntalamiento, de apoyo, de múltiples matices. Este objeto ha sido calificado como perteneciente al álgebra, como matema, valor lógico articulable con otros y puramente formal, cuya función queda expresada dependiendo de la relación que mantenga éste, entramado, con otros términos que designan el lugar del inconsciente⁴, y como ya veremos el lugar del *cuerpo* y el *goce*.

Puede que lo recién dicho suene un poco confuso. Por ello voy a sentar ciertas definiciones halladas en distintos diccionarios modernos de psicoanálisis añadiéndole comentarios a las acepciones desde distintas lecturas aledañas. Habrá que dar largos rodeos por la teoría lacaniana para poder delimitar este concepto flotante y puramente formal.

³ Según Kierkegaard, en *El concepto de la angustia*, la angustia es lo que engendra la nada y la nada es lo que hay en el estado de inocencia, el estado en el que se halla Adán en el Génesis bíblico. Al igual que el objeto *a* la angustia no es más que una fuerza inquietante que motiva al individuo a soñarse proyectando «su propia realidad, pero esta realidad es nada, y ésta nada está viendo constantemente en torno a sí a la inocencia» (Kierkegaard, 2016: 101).

⁴ «El objeto *a* –como, por otra parte, el significante- es una categoría formal y no descriptiva. No significa nada que se pudiera acotar empíricamente y no le pertenece definitivamente ningún sentido. Más que un concepto, el objeto *a* es un valor lógico sin otra consistencia que una letra: una letra articulable con otras letras. O también, muy simplemente, es una palabra que nombra» (Nasio, 2006a: 66)

Antes de comenzar con las definiciones del concepto me gustaría responder a la pregunta del porqué fue creado. Este término, fue uno de los inventos originales de Jacques Lacan, un aporte que le servirá para estructurar su entramado teórico y el andamiaje de la práctica clínica. A través de esta *a* Lacan ha re-interpretado todos los estudios realizados en el campo del inconsciente, siempre fiel a los textos freudianos. Algunos de los autores que he leído consideran que Lacan se sirvió de lo dicho por Freud para articular sus teorías, en cambio otros dicen que la completa, a fin de cuentas no son más que disputas entre distintas interpretaciones de lo dicho en el decir de los escritos lacanianos. Sea como fuere, según Juan David Nasio existen tres razones clave, necesidades, por las cuales el *objet petit a* fue creado:

- Agrupar bajo la letra 'a' los distintos productos psíquicos dados en la *clínica*. Con *a* como estandarte se habilita la agrupación de las distintas formaciones de dicho objeto a dados en la clínica, en la experiencia analítica. De esta forma, los historiales clínicos se organizan para dar cuenta de estas apariciones tanto en el analizado como en el analista.

- Para detectar en la *práctica* analítica las formaciones de *a* tanto en reverberaciones en el habla como psicósomáticas. *a* guía al analista a lo largo de la sesión para detectar y asumir un rol determinado ante un lapsus o una afección corporal en el paciente.

- Aporta claridad en la *teoría* al reducir sus formaciones a matemas. *a* es en este caso un algoritmo que permite a las formulaciones teóricas dar consistencia a todas las formaciones de dicho objeto en el analizado. *a* aglutina en sí un lugar desconocido pero cuya dinámica es constatable en la clínica (fuente primaria de toda teorización posterior), por ello *a* no está considerado como un concepto cerrado sino que es una función⁵ cuyas formaciones, significados acontecimentales, varían y amplían

⁵ De hecho, el objeto *a*, una de sus funciones principales, según Alain Lemosof comentando el Seminario XIII titulado *El objeto del psicoanálisis*, es la de mantenerlo todo dividido, producir un falta, una hiancia, un agujero, un *engaño*, y es precisamente ahí donde se presenta el deseo. Sigmund Freud y René Descartes dieron con el sujeto del inconsciente suturándolo, respectivamente con el inconsciente y el *cogito* (Dios). El inconsciente y el *cogito* caen del lado de la representación, buscando la *verdad de la certeza*, tomando en última instancia tanto a uno como a otro cual esencialismos. Lacan por su parte hará un agujero en la representación y dispondrá el objeto del psicoanálisis en el objeto *a* como función, no como esencia, para dar cuenta del inconsciente como un lugar que se manifiesta a través de «un tropiezo, una interferencia, un fracaso en el discurso humano en tanto se considera que éste es coherente. En este

las condiciones de posibilidad de articulación de dicho algoritmo. Por esta razón es complicado definir al objeto a ontológicamente o como un sujeto, puesto que es un lugar, de ahí que la *topología* sea uno de los campos de estudio psicoanalítico.

Pues bien, según Nasio, la creación del objeto *a* viene a organizar la *clínica*, la *práctica* y la *teoría* psicoanalíticas. Pero hay una cosa que cabría señalar y es responder a una pregunta, que ya se irá demarcando a medida que prosiga el escrito: ¿qué son las *formaciones del objeto a*? Para ubicar esta definición hay que hacer una distinción entre las propias formaciones del objeto *a* y las *formaciones del inconsciente*. Para no complicarnos y extendernos mucho en este asunto diré que respectivamente una se refiere a la dimensión, o el lugar, que se le atribuye a los actos que realiza el sujeto sin saber que los hace⁶, y por otro lado se denota aquello que se dice sin saber qué se dice. Nasio distingue entre *hacer-mensión* y *dich-mensión*, ambos identificables por el analista y el paciente, por decirlo de algún modo, son aplanamientos de *a* y el inconsciente⁷ (Nasio, 2006a: 64). Esta distinción se refiere siempre a algo que el sujeto ignora que hace o dice, a fin de cuentas, estamos hablando sobre *un saber que no se sabe* y que persiste en el devenir del sujeto, y es precisamente allí donde me dirijo con estas definiciones comentadas.

Empezando pues con las definiciones, según el *Dictionnaire international de la psychanalyse* de Alain de Mijolla hallamos el objeto *a* como

punto hay que buscar la función del objeto *a*, que sostiene como dividido todo lo que se realiza del sujeto en el discurso» (Safouan, 2008b: 95). La verdad y el saber siempre se articulan en todo discurso, al igual que la carencia de saber y la mentira, pero justamente a lo que se apunta en psicoanálisis es a aquello que acontece en el habla del sujeto que pertenece a un rango distinto del de la razón y la certeza, el sujeto del inconsciente es un «empalme extraño» (Safouan, 2008b: 96) entre estos discursos del sujeto hablante. Si ahondamos más en la cuestión se verá que no existiría ningún valor de verdad si no hubiese un valor absoluto y este es el objeto *a*, la dimensión del deseo engendrado una y otra vez de la hiancia del sujeto entre la verdad y el saber, entre la razón y la certeza, entre ser y ser.

⁶ El hecho de que en este trabajo me haya decantado por el estudio de las formaciones del objeto *a* es precisamente por la relación que mantiene dicho objeto para el psicoanálisis con la fantasía, las relaciones fantasmáticas (concepto éste de *fantasma* que más adelante profundizaré) entre el sujeto y el objeto, tal como lo señala Juan David Nasio (2006b: 63).

⁷ Muchas veces se representa esta aparición en dichas dimensiones como el *retorno de Lo Real a través del silencio del sujeto*. El sujeto no habla, enmudece, y en su lugar otra palabra emerge. Por esta razón el sujeto ve como un objeto extraño lo hecho o dicho, en cambio el analista ve allí el lugar del *jeroglífico*, del *signo*, que indica el *goce* (referido al cuerpo) o lo *reprimido* (referido a la estructuración simbólica del inconsciente), no como algo a descubrir sino como una participación en dicha formación (Nasio, 2006a: 65).

un objet cause du désir [...] per *a* Lacan désigne d'abord le petit autre, le semblable, en tant qu'objet érotique puis, ayant montré que c'est un manque qui le fait objet érotique, il désigne per *a* ce qui symbolise ce manque et aussi par la suite ce manque lui-même⁸ (Mijolla, 2002: 1144).

El objeto *a* pues es objeto causa del deseo, es el pequeño otro, el semblante, objeto erótico, un objeto faltante de sí mismo... El objeto *a*, de momento, es muchas cosas y ninguna a la vez, y siendo tantas cosas mejor ir paso por paso y ordenar la alcoba.

¿Qué significa objeto causa de deseo? Sin irnos muy lejos entenderíamos que es lo que motiva al sujeto a capturar un objeto, es decir, estamos pensando el objeto *a* como el habilitador de toda relación subjetiva con un objeto. Pero recordando lo que dije al principio, el objeto *a* no se mueve en el plano sujeto/objeto, en tal caso es el que permite, el que causa, dicha relación. *a* sería en este caso la barra de separación / entre el sujeto y su objeto. Por lo tanto, *a* es la antesala de todo deseo y objeto velado de deseo. Pero, ¿por qué velado? Por una simple razón: el objeto *a* nunca será percibido, solamente a través de los objetos de nuestro deseo a nivel consciente. Para ejemplificarlo pongamos por ejemplo el pecho de una madre deseado por un niño, el objeto *a* en tal caso sería el fluido, la leche materna, el residuo de la unión entre la boca del niño y el pezón de la madre⁹. Aquí hay que hacer una ligera aclaración. Cuando hablamos de deseo, en el plano inconsciente, no hablamos (solo) de un sujeto,

⁸ Trad.: «un objeto causa de deseo [...] con *a* Lacan designa al pequeño otro, el semblante, en tanto que objeto erótico pues, habiendo mostrado que es una falta que lo hace objeto erótico, ello designa aquello que simboliza una falta y además siendo una falta él mismo»

⁹ Nasio propone ver el objeto *a* «como algo que regula la relación que tenemos con un goce infinito. Entre el goce infinito y yo están los restos. Estos restos regulan la relación que tengo con ese goce otro» (Nasio, 2006b: 65). Sobre la cuestión del goce lo dejaré para más adelante pero de momento diremos que es aquello imposible, inconmensurable, aquello que sería traumático para el sujeto si se diese y entraría dentro del campo sintomatológico en el cual el sujeto no sabe lo que hizo o hace. Agrega a esta definición que el objeto *a* podríamos pensarlo como un condensador que se carga progresivamente y en determinado momento se descarga (Nasio, 2006b: 65). El deseo por un objeto concreto como el pecho de la madre por parte del niño oculta bajo su apuntamiento el goce del que hablábamos cargando el objeto de deseo y satisfaciendo el goce hasta descargarse, agotarse. Nasio dice que lo que se haya en el deseo del niño por el pecho de la madre es la salvación de la muerte, la recuperación de su ser muerto haciéndole invencible, y justamente aquí es donde Nasio se distancia de Freud siguiendo a Lacan diciendo que la pulsión de muerte no es una destrucción sino más bien una decisión de vida, en pos de la vida, el acercamiento algo más que la inacción a la que apuntaba Freud, sino más bien a la creación de un infinito bajo determinadas condiciones estructurales. Paradójicamente la pulsión de muerte es la que da vida al sujeto.

sino de un cuerpo fragmentado, es decir, una boca, una mano, un ombligo, un oído, un orificio nasal¹⁰... Además hay que tener en cuenta que todos estos fragmentos del cuerpo circulan por el borde. ¿Qué quiere decir esto? Para ejemplificarlo volvamos al ejemplo de la boca del niño y el pezón de la madre. La satisfacción del deseo proviene de la repetición¹¹ del gesto del lactante, de la boca que succiona el pecho y obtiene la leche materna. Cuando me refiero al borde es que en el momento en el que la boca comienza a lactar el pecho, la boca, como borde, pretende hacerse uno con el pecho pero el placer está mediado por la falta¹². Dicho con otras palabras, el niño apunta a la conjunción con el pecho pero disfruta con la disyunción de éste. De ahí el borde, el movimiento curvo del placer le lleva engañado a la unidad nunca llegando a alcanzarla. De hecho, ya lo veremos más adelante, esta unidad paradójicamente es el objeto a, *un vacío, una falta*¹³.

Por lo tanto, haciendo una ligera recapitulación de lo dicho, el objeto a como causa del deseo quiere decir que éste habilita la motivación del sujeto por un objeto presentándose entre ambos como una falta, un agujero, una zona erógena, que permite la circunvalación del sujeto por el objeto alrededor del borde habilitado por el objeto a. Para hacerlo más gráfico, el objeto a sería la fuerza “aspirante” del agujero que atrae al sujeto del inconsciente.

¹⁰ El *objeto a* no es sólo en-sí (cómo más adelante se verá, el *goce en sí*) sino que este puede separarse en *partes del cuerpo; fantasmas, figuras, simulacros* (semblantes) que envuelven a *a* (o Lo Real del goce) (Nasio, 1998: 121). «*a* es un pedazo separable que vehiculiza primitivamente algo de la identidad del cuerpo, que antecede al cuerpo mismo en cuanto a la constitución del sujeto» (Safouan, 2008a: 239).

¹¹ La repetición del objeto a viene dada por que siempre queda como resto de dicha imagen que habilita el todo unificante de lo fragmentado del yo en el estadio del espejo, como ya veremos más adelante.

¹² Una forma de categorizar esta falta la señala muy bien Juan David Nasio al hablar de la práctica terapéutica del psicoanalista con el analizante al constatar que la respuesta posible del analista, su interpretación, no pretende definir el *ser* del otro (con minúsculas) sino que abre un lugar a la no respuesta. La *a* es una letra con la cual se nombra un problema cuya resolución no existe; significa una *ausencia*, «la ausencia de respuesta a una pregunta que insiste sin cesar» (Nasio, 1998: 114).

¹³ El placer es momentáneo y se da en el lugar consciente y preconscious, donde el sujeto está siendo satisfecho por un objeto de distensión temporal. El hecho de que se busque la distensión y que el placer sea temporal da la suficiente pista como para reconocer que lo que se desea es la descarga, se desea uno satisfecho, se desea uno falto de sí mismo. Por esta razón, yuxtapuesta con otras, concebir el *objeto a* como causa del deseo y como falta es más que pertinente cuando se analiza el placer, o el mismo displacer (Nasio, 1998: 49).

El objeto *a* como pequeño otro es bien sencillo. La nomenclatura *a* viene a referirse al otro con minúscula, que sería el semblante. ¿Qué es el pequeño otro y por qué es el semblante? El pequeño otro es el otro, sin más. El otro con minúscula es por ejemplo, otra persona, un animal, incluso una planta. Para que se vea más concreta la dimensión de este pequeño otro pondré como ejemplo la humanización de ciertos objetos inanimados. Estos objetos “cobran vida” semejante a la nuestra: tienen un vocabulario, unas emociones, una manera de comportarse... Este es el otro con minúscula, un semblante, del cual no sabemos nada, pero sabemos que es igual que nosotros ya que podemos insuflarle (irreflexiva o reflexivamente) características propias. Entonces, ¿qué tiene que ver esto con el objeto *a*? Precisamente por lo que dije antes sobre el deseo, y el objeto *a* como causa de este mediante la falta. El pequeño otro, el semblante, soy yo sin serlo, soy uno y múltiple... Sobre éste se puede invocar la máxima socrática: “sólo sé que no sé nada”. Se sabe algo pero realmente es inconmensurable ya que su acontecer siempre estará velado por una espesa capa de silencio, bruma, adoquines, fuego... Pero aun así, ese silencio, esa bruma, nos da un espacio para descubrirlo. Si existe este pequeño otro es en tanto dinamizador¹⁴, se presenta velado como *promesa y/o sorpresa* de descarga libidinal, como utopía... Pero a fin de cuentas, es un significante vacío, es, concreta y paradójicamente, una falta¹⁵.

Hay una analogía que se hace con este objeto *a* en tanto pequeño otro: *a* va saltando de objeto en objeto insuflando a ojos del sujeto una oportunidad, como una baqueta que va haciendo resonar distintos objetos, ya sean reales o imaginarios, sobre los que tender intencionalmente¹⁶.

¹⁴ Ya se verá más adelante sobre esta cuestión de dinamizador, pero para ir adelantando diré que lo que dinamiza el otro es el deseo del Otro. Esto quiere decir que verdaderamente no se da una relación intersubjetiva si no es en presencia del Otro en tanto falta causante del deseo, del amor y el odio, etc. «Aun cuando el lugar del Otro esté encarnado por otro sujeto, nunca puede haber verdaderamente intersubjetividad (relación entre sujetos) ya que ambos sujetos no pueden ser tales si están referidos al Otro» (V.V.A.A., 2014: 45).

¹⁵ Este objeto, no sólo es visto como una falta sino como un sobrante, un excedente de la imagen o del discurso. Si *a* está dispuesto como falta la tendencia será erótica, mientras que si éste está como exceso será visto como algo a eliminar, a matar, a borrar. Lacan con esto se refiere a lo que ya Freud había distinguido como pulsiones eróticas y tanáticas, amor y odio.

¹⁶ En cuanto a reales o imaginarios me refiero por un lado a los objetos que están aprehendidos mediante los sentidos o bien forman parte de una alucinación del sujeto psicótico. Sobre este tema hice mi trabajo de final de grado, sólo que, a diferencia de éste, allí trabajé los espectros de la fantasía, la imaginación y

En cuanto al objeto a como objeto erótico podemos decir de él lo que ya dice el adjetivo, *eros*, relacionado con el amor carnal o fijación sexual. Esta acepción, la del objeto a como objeto erótico, me permitirá establecer el nexo entre el objeto a y la pulsión (sexual), que no sólo servirá para esclarecer esta característica sincronía sino que esclarecerá lo dicho hasta ahora sobre el objeto a.

La pulsión es una construcción que impide el acceso a Lo Real y a la vez se sirve de ella. ¿Qué es pues dicha construcción que salva y emerge de Lo Real? Es más, ¿por qué algo tiene que impedir el enfrentamiento con Lo Real? Vayamos por partes. Jacques Lacan, en 1975 en un seminario titulado *RSI*, define el inconsciente en base a tres registros¹⁷ anudados todos al objeto a, representado gráficamente con el famoso *nudo borromeo*. Estos tres registros son Lo Real, Lo Imaginario y Lo Simbólico:

- Lo Real es aquel lugar en el que siempre estamos, desde el cual siempre partimos hacia los otros dos registros para *ubicarnos*, para tener conciencia de sí, identidad y diferencia. Este registro se entiende como algo sin fisuras, macizo, Uno, ya que no hay posibilidad de imaginarlo, ni hablar de él. Recibe el nombre también del *cuerpo del goce*, término del cual ya hablaré más adelante ya que harán falta más travesías. En resumidas cuentas, el registro, o estadio, de lo real es un a-lugar donde el sujeto no se diferencia de nada ya que lo es todo.

- Lo Imaginario es el registro mediante el cual, desde instantes, vamos adquiriendo una identidad. Este espacio está habilitado a través de la llamada *Fase del espejo* que pretende explicar cómo un niño al verse reflejado en un espejo consigue unificar su figura corporal, su cuerpo en una imagen total pero fragmentada, y así, a medida que continúa su crecimiento puede proyectar, fantasear, con los fragmentos de su identidad: manos, ojos, orejas, pies, piernas¹⁸... Con este registro puede ubicarse

las emociones desde la rúbrica de Jean-Paul Sartre y sus incursiones en la psicología fenomenológica de Edmund Husserl.

¹⁷ En su primer seminario Lacan los llamó *sistemas de referencia*, y desde entonces los apodó como *registros, órdenes*, hasta finalmente ponerlos bajo el nombre de *ditmensions, dimensiones de lo dicho o del decir* (V.V.A.A., 2014: 78).

¹⁸ Hay un experimento mental que consiste en “sentir” la unidad del cuerpo, al hacerlo no se puede sentir una sensación uniforme sino que se destacará un dolor, una picazón o cualquier cosa pero siempre localizada en una parcela del cuerpo (V.V.A.A., 2014: 90).

imaginariamente el sujeto deseante, pero recuérdese que en toda imagen se haya velado el objeto a cumpliendo su función de falta. Por lo tanto, tenemos que Lo Imaginario es el lugar *escópico* mediante el cual el sujeto adquiere una identidad corporal, y me atrevería a decir sensorial, ya que es a través de este registro por el cual las ficciones que habita el sujeto toman consistencia como realidad¹⁹. El sujeto se *reconoce*, es decir, desconoce la procedencia de las imágenes pero se conoce en ellas. Para concretar aún más esta definición diría que lo imaginario está organizado por imágenes yoicas libidinales investidas, que tiene la forma de afectos o pasiones primarias como el amor, odio e ignorancia, pero no sólo eso sino también las creencias, los juicios y las suposiciones implícitas en el habla del sujeto (Nasio, 2006a: 43). Lo que se forma en este estadio es la figura del Otro, aquella figura unitaria sobre la cual se han depositado todas las ficciones cuyo fondo será la motivación (o exasperación) por la búsqueda de una respuesta, un reconocimiento, un enlace²⁰... Se crea un soporte para que la identificación narcisista pueda darse, un *espejismo* de sí mismo que niega la verdad imposible e intolerable que emerge de lo real. De todas formas sobre la figura del Otro hablaré más adelante.

· Lo simbólico para poder entenderlo podríamos definirlo como el lugar del lenguaje y la lengua²¹. Por un lado, el lenguaje es la cantera de significantes de la cual se servirá el inconsciente para expresar sus dinámicas, de ahí que podamos

¹⁹ En el seminario del *Estadio del espejo* Lacan intenta dar cuenta de que la imagen del Yo es una imagen especular creada por el mismo yo para habilitar su autoerotismo y su bienvenida a lo imaginario. «La imagen [especular], en su papel estructurante, organiza el cuerpo, anticipando una unidad a partir de una *promesa* de unidad. El estadio del espejo es pues definido como un drama cuyo empuje interno se precipita de la insuficiencia a la participación» (Braunstein, 1999: 257). Cuando se refiere a promesa de unidad indica que la imagen del Yo, que sería el Otro para ir adelantando materia, está reducida a pequeñas fragmentaciones de éste, que sería el otro con minúscula, el *objeto a*. Es lo que queda fuera de la imagen secular del yo pero pertenece a éste. El objeto a se halla bajo la imagen borrosa de nosotros mismos como aquello que nos falta dándonos la posibilidad (engañosa) del éxito, de ahí la promesa (Safouan, 2008b: 47).

²⁰ Una respuesta imposible de articular porque el Otro no habla sino que hace hablar desde el silencio del inconsciente. El Otro angustia al sujeto cuando su figura imaginaria pierde consistencia y se desnuda de todo sentido elucubrado por el sujeto hablante como tendencia particular de su deseo. El yo, cuando dice ser poseedor de su deseo el Otro se camufla bajo la forma de aquel desconocimiento del yo, aquella ilusión que habita el sujeto.

²¹ La lengua es universal, todos la hablan, pero, si hablamos de inconsciente estructurado como un lenguaje vemos que éste es particular y el uso que hace de la lengua precisamente se hace de un modo puramente singular.

afirmar que el lenguaje inconsciente es un universal concreto, es decir, sigue unas leyes universales que se concretan en el sujeto hablante. Por otro lado, la lengua, se refiere a los modos en los cuales estas palabras devienen expresiones comunicativas. Dicho con otras palabras, son los modos en lo que ordenamos, encadenamos los significantes provenientes de dicha cantera, y les otorgamos un estatuto dentro del habla: el inglés, el español, el italiano... Este registro también tiene una fase de iniciación que es la introducción del niño en el lenguaje, es decir, las formaciones del inconsciente. En primera instancia éste queda marcado por lo que se llama el *significante unario* (S^1) que le permite al niño pronunciar una palabra para referirse a todo, tanto personas como objetos. La lengua aquí se reduce a una expresión fonética tomada de la lengua de los más próximos al niño. En segunda instancia el niño, a medida que madure su lenguaje podrá diferenciar de forma binaria los objetos y personas de su alrededor, esto recibe el nombre de *significante binario* (S^2). Por lo tanto, el niño dispone de palabras y normas para satisfacer su demanda, es decir, sabe verbalizar y movilizar su deseo inconsciente ante los otros y las cosas²². Cabe señalar también que este registro, al igual que el imaginario, se encargan de organizar el estadio de lo real atribuyéndole una ordenación, una ley, que no se encuentra en dicho estadio. Por ello, al mismo tiempo que introduce la ley, «a su vez excluye algo, produce un imposible. Ese imposible [...] figura al objeto *a*, lo caído de la cadena de la legalidad, del orden significante» (V.V.A.A., 2014: 81). Para poder ilustrar esto tomemos lo real como una bola de mármol. En el momento en el que la ley se introduce hace una brecha en dicha bola y lo que cae de ésta es el objeto *a*,

²² Para Frida Saal «lo imaginario ancla y agujerea lo real organizando lo imaginario que es efecto de la acción de lo simbólico sobre lo real. Lo imaginario es el único lugar donde el sentido es posible: produce la objetivación de lo real, imaginario en tanto que real simbolizado [la realidad], aunque no imaginario en sentido ontológico, pues lo real puede existir y ciertamente existe con independencia de lo imaginario pero, claro está, esta afirmación es verdadera a la vez que carente de sentido» (Braunstein, 1999: 259-260). En resumidas cuentas Saal concibe lo simbólico como aquello que produce una brecha en lo real desde la cual lo imaginario puede organizar lo dicho/imaginado con sentido, viendo siempre la imposibilidad de no pertenencia a lo real. Sobre esta *brecha* que abre lo simbólico en lo real dirá algo muy interesante que precisamente tiene que ver con el objeto *a* y el deseo: « [esta brecha] se instaura, una fisura, un hueco o agujero incolmable, espacio donde se construyen los paraísos perdidos y en general todos los edificios de lo imaginario, flotantes sobre un abismo, pues abismo (*Abgrund*) es, precisamente, todo espacio sin fondo. Los paraísos perdidos son los únicos que existen porque nunca existieron y se constituyen a partir de su pérdida. Son objetos y espacios a recuperar, tarea objetivamente imposible, pero que coloca al sujeto en el campo del deseo, en la busca donde hallará y producirá las sustituciones metonímicas, siempre incompletas» (Braunstein, 1999: 259). El objeto *a* como causa del deseo se establece como falta o exceso atravesando los objetos de la cotidianidad dinamizando al sujeto en pos de alcanzar dicho *paraíso perdido*.

como residuo de la operación inaugural del significante como lenguaje del inconsciente. Lo imaginario pues viene a recubrir este pedazo de lo real cristalizándose con ello, ocultándolo (V.V.A.A., 2014: 82).

Estos tres registros pues conforman topológicamente el inconsciente. Habría que añadir a esto que no han de pensarse estos registros como estáticos sino como dinámicos ya que el flujo de consciencia transita por los tres registros a la vez, predominando en cada caso, el acontecer del significante, uno de ellos.

Antes de asaltar la pulsión, convendría en reparar sobre algo que he mencionado bajo la palabra *significante*, ¿qué es? Lacan, haciendo una interpretación de la distinción del signo lingüístico entre significado y significante que hizo Ferdinand de Saussure en su *Curso de Lingüística General* publicado el 1915 en el que el significado se refiere a la imagen que se proyecta como la de un caballo, el concepto, y por otro la imagen acústica que sería la pronunciación fonética, el acto de habla que sigue ciertas normas sociales: la lengua (V.V.A.A., 2014: 22). De esto se deriva que haya una *arbitrariedad del signo*, es decir, el signo lingüístico (significado y significante) varía dependiendo de la lengua. Los signos afectan tanto al concepto como a la fonética, y al pertenecer a un sistema de signos (la lengua) su significación se da negativamente y diferenciadamente de los otros signos que conforman el sistema referencial: «diferencias que permiten establecer relaciones» (V.V.A.A., 2014: 24).

La interpretación lacaniana de la teoría de Saussure desde Freud propone un esquema “similar”, él dirá que el signo es una notación algorítmica²³, preponderando el significante (la fonética, lo dicho, representado con una ‘S’) sobre el significado (a lo que se refiere con lo dicho, tomada como ‘s’) separado por una barra que diferencia el aparato inconsciente del consciente cual *censura*, además de suponer dos etapas, como un procedimiento. El significante, situado arriba en posición inconsciente, se refiere básicamente a que el inconsciente está estructurado *como* un lenguaje. Subrayo el *cómo* ya que no es el lenguaje como comúnmente se entiende, sino que tiene su propia forma de expresarse y nosotros tenemos constancia de ello en el residuo que nos queda entre significado y significado, es decir, el significante *como un*

²³ «Una notación que determina una serie de operaciones ordenadas, un modo de cálculo» (V.V.A.A., 2014: 27), estas operaciones se refiere evidentemente a las del inconsciente.

leguaje quiere decir que funciona igual que se entiende en lingüística, como cuando hablaba más arriba del signo y su pertinencia a un sistema de forma negativa y diferenciada. Éste es el único que cambia, mientras que el significado es “lo significable”, está indiferenciado (V.V.A.A, 2014: 29). Estas diferencias del significante *agujerean lo real*²⁴ mediante su pronunciamiento inconsciente. El inconsciente, dinámico, tiene un ritmo que conecta un significante con el anterior y el próximo, de ahí el término *cadena de significante*. Esta cadena no es más que el acontecer continuo del flujo de pensamientos y movimientos que hacemos cotidianamente²⁵. Por esta razón, la imagen acústica a la que se refería Saussure es más relevante para Lacan que las imágenes, ya que estas cambian constantemente, acontecen incesantemente. Con esto Lacan no pretende desbancar la teoría de Saussure sino que la utiliza para explicar el modo en el cual el inconsciente estaría estructurado. Para hacer un ligero resumen, Lacan toma de Saussure la distinción entre significante y significado, donde la prevalencia se deposita para Lacan en el significante como el lugar del inconsciente y no en el sujeto que es consciente de lo que dice, ya que es desde allí, el inconsciente, de donde provienen todos los efectos aprehensibles del sujeto hablante y deseante, véase, el significado. Si Saussure se refiere con el significante a la fonética de los procesos comunicativos entre personas y las imágenes de significado que se producen en todo acto comunicativo, Lacan interpela mediante el significante al inconsciente que se comunica indirectamente con el aparato consciente generando imágenes de distinta índole mediante las cuales el sujeto o bien será atormentado o complacido.

Tras esta ubicación del término *significante*, ¿qué es a fin de cuentas? El significante, para facilitar su comprensión, imaginémoslo como un puente entre Lo Real y los otros dos registros. La función de puente puede verse claramente si

²⁴ El significante es «una operación en la que se articula una ley» (V.V.A.A., 2014: 30) que se impone en lo real creando un brecha que posibilita toda significancia, todo significado, es decir, que el sujeto pueda habitar un sentido cualquiera, incluso un sin-sentido como ocurre con el síntoma y la perplejidad desconcertada del sujeto ante un saber que no sabe sobre sí mismo.

²⁵ Por ello Juan David Nasio dice que «un significante sólo es significante para otro significante» (Nasio 1998: 88), ya que mediante significantes es como la dinámica del inconsciente funciona, sino hablaríamos de signos que son los que utiliza el yo para poder interpretarse, como si fuesen jeroglíficos. De hecho, el modo más común de crear sentido es el momento en el que un acontecimiento significativo en el sujeto sea entramado en una narrativa aplicándole un sentido, es decir, actualizar su a-sentido aplicándole uno, aunque se le disponga como un absurdo.

recordamos lo que dije más arriba sobre la imagen deseada que vela a *a*, esta imagen deseada estaría actuando como significante dándonos un significado que podemos tomar como realidad posible. El significante es el mediador que habilita un entorno para que el sujeto pueda articular su necesidad inconsciente mediada por la demanda a través de los significados²⁶, el significante produce al sujeto y no al revés²⁷. De alguna forma, nosotros, únicamente vemos esta demanda²⁸, este deseo, en el ámbito del significado, es decir, sólo recibimos los efectos, por esta razón Jacques Lacan llamará a este proceso *significancia*²⁹, de la cadena significante. En resumidas cuentas, el significante es lo que habilita toda conducta que lleva a cabo el sujeto, es el conector entre Lo Real y la realidad, entre el goce y el placer³⁰, de ahí que se diga desde el psicoanálisis que el sujeto *es hablado* por el inconsciente³¹. De hecho, el significante lo que hace es

²⁶ El significante habría que disponerlo como un agente pasivo cuya competencia es la *puesta en escena* en pos de una función del inconsciente. Una disposición formal cual hiancia, brecha en lo real, intentando ser cubierta por el objeto *a*. El significante es la coordenada 0 de toda verdad del sujeto hablante (Safouan, 2008b: 98).

²⁷ «No es sostenible desde ningún punto de vista que el lenguaje pueda ser pensado como instrumento donde el sujeto se defina como intencional, es decir que el lenguaje no está hecho a la medida de las intenciones de sujeto alguno. Todo lo contrario, el sujeto está sujetado al significante [...] según sea la teoría del lenguaje será la teoría del sujeto» (V.V.A.A., 2014: 46).

²⁸ Esta demanda se presenta en el sujeto como una disyuntiva, ya que este debe decidir qué hacer con esa demanda que persiste en su consciencia. Tomar la demanda por los cuernos y acometer con ello o reprimirla o sublimarla. Cualquier opción que se tome será una operación que supone las capacidades del sujeto para llevarse. La mayoría de veces lo que acosa al sujeto a tomar una decisión (o no tomarla ninguna, que también sería válido) suelen ser imágenes provenientes del discurso del Otro, del Goce del Otro, mediado por la articulación del significante cualquiera, ya sea su producto (el significado) una alucinación, una fantasía del yo, o una producción imaginaria consciente. Sobre este tema ya hablaré más adelante.

²⁹ Al contrario que Saussure, Lacan propone *significancia* como la articulación entre significantes que producen efectos de significado, en lugar de *significación*, que se refiere a los signos lingüísticos y su articulación (V.V.A.A., 2014: 32). Cabe apuntar que en este proceso de significancia entre el significante y el significado hay algo que cae, que no llega a satisfacerse entre ambos en la articulación, esto que sobra, es la *cosa*, el objeto *a* (V.V.A.A., 2014: 43).

³⁰ Nasio dirá sobre estos dos lo siguiente: «si el placer consiste más bien en no perder, en perder nada y en gastar lo menos posible, por su parte el goce, por el contrario, se sitúa del lado de la pérdida y del gasto del agotamiento del cuerpo llevado al paroxismo de su esfuerzo» (Nasio, 1998: 162). El goce siempre está en tensión excesiva mientras que el placer busca su descarga, su distensión paulatina, además, hay que remarcar que el goce «sólo puede ser sexual porque el fin ideal al que aspira es sexual» (Nasio, 1998: 179), aunque ya se verá más adelante, el goce es la energía que empuja al inconsciente engendrada por los orificios erógenos del cuerpo guiado por el horizonte ineluctable de la relación sexual incestuosa, una práctica dispuesta como imposible por una ley castradora y coartadora.

³¹ Al respecto del significante Juan David Nasio dirá que «el significante es una categoría formal, no descriptiva. Importa poco lo que designa: [un significante es] un lapsus, un sueño, el relato del sueño, un

delimitar, bordear, las zonas locales del cuerpo que goza mediante el falo, que sería la represión, la castración (Nasio, 1998: 31).

Pero, ¿cómo este significante, como figura formal, actúa en el inconsciente? ¿Cómo produce un borde, cómo delimita? Ya previamente mencione que lo hacía mediante el falo pero a su vez no di cuenta del modo en el que éste falo interviene temporalmente. El significante como acontecimiento³² proviene de otro significante por efecto de la cadena y se proyecta hacia el siguiente, y es mediante el falo con el cual se origina un agujero por el cual la pulsión (y el goce³³) deambula³⁴.

detalle en ese relato, incluso un gesto, un sonido, hasta un silencio o una interpretación del psicoanalista. Todas estas manifestaciones [incluido el síntoma] pueden ser legítimamente calificadas de acontecimientos significantes a condición de que sean respetados tres criterios, tres criterios no lingüísticos, a pesar del término significante que, si, es de origen lingüístico» (Nasio, 1998: 23). Estos tres criterios son: aquello que el sujeto considera ajeno a su voluntad; no tiene explicación alguna, sucede sin más; y un significante se articula con otro como una cadena siempre aconteciendo Uno (en las formulaciones se representa de la siguiente forma: S¹), uno en un lugar para que suceda y sucediese, es decir, acontezca y deje paso al siguiente acontecer, siempre local, creando una *red de significantes* (usualmente representado S²). Aquí hay que recordar lo dicho cuando definía el registro de lo simbólico y la inserción del niño en dicho campo.

³² Estos acontecimientos de los que hablo al mencionar el significante se refiere a los instantes en los que el sujeto no puede articular palabra, no alcanza a explicar con claridad lo que quiere decir o simplemente enmudece. Este acontecer es el acontecer del *goce* y el *habla inconsciente*, uno perteneciente al orden imaginario y el otro al simbólico respectivamente. En este primero emergen posiciones afectivas que movilizan o paralizan el cuerpo, aquí estarían comprendidos el amor y el odio por ejemplo. Y, en cuanto al segundo, el habla inconsciente, es la productora de palabras quebradas, lapsus y todas aquellas manifestaciones de un habla que produce un sufrimiento, o un placer también. En pocas palabras, todo acontecimiento es el triunfo del inconsciente (Nasio, 2006a: 23-24; 31). Muchas veces en psicoanálisis el sujeto que padece dichas intromisiones penosas del inconsciente consideran a este como un *genio maligno* situándole en un lugar de saber que se desconoce, una lógica otra cuya aparición tiene cierta razón de causa. Jacques Lacan llama a este sujeto como *sujeto-supuesto-saber*, una de las facetas de la figura del Otro. Este sujeto-supuesto-saber, es donde van a parar todas las suposiciones (prejuicios) ficticias que le permiten distanciarse de sí mismo, pero, siendo paradójicamente él mismo *puesto por debajo*, sub-puesto, para padecerlo a distancia cargándolo de sentido (Nasio, 2006a: 45-46). La verdad está y no está en el ser-supuesto-saber, y lo mismo para el analizado cuya angustia sólo encuentra su porqué en dicho sujeto que dice saber que no sabe (Safouan, 2008b: 93). Por lo tanto hay una consecución temporal en todo esto: el *acontecimiento* se muestra como verdad velada que causa en el sujeto una *búsqueda de sentido*, se le *supone* como *acto con-sentido* por alguien (sujeto-supuesto-saber, el Otro, que puede encarnarse en figuras místicas también como el Tao, Dios, Karma, etc...) cierto. Cabe remarcar una diferencia fundamental, y es que para el paciente, el neurótico, el inconsciente y sus apariciones supuestas como un sujeto (saber ficcional e incluso un ser ontológico), mientras que para Lacan y los psicoanalistas no es más que un lugar cuyo límite formal define la producción gozante del inconsciente, es decir, la expresión del inconsciente, su acontecer, está limitado a un cuadro sintomatológico singular, a una narrativa cercenada (Nasio, 2006a: 51-52). «El problema [el verdadero síntoma] no está en suponer causas o que el efecto dependa de ellas, sino en hacer de las causas un ser» (Nasio, 2006a: 51).

³³ Como apunta Juan David Nasio, «no hay agujero sin goce que haga palpar sus bordes» (Nasio, 1998: 121).

Pero, ¿cómo están conectados estos significantes temporalmente? Estos significantes se inscriben en una línea temporal³⁵ que desocupa el lugar acontecimental del significante por otro a través de movimientos *metonímicos* y *metafóricos*. En Freud estos movimientos están considerados como *desplazamiento* y *condensación* respectivamente. De esta forma, según las leyes de la lingüística, Lacan formaliza la conexión que hay entre los significantes. ¿Qué son los movimientos de actualización metonímicos y metafóricos? La metonimia mantiene unidos los significantes en cadena en torno al Uno, es decir, abre el espacio para que acontezca siempre lo mismo, por muy paradójico que parezca, es «la concatenación, la combinación, la conexión y la continuidad de la cadena [de significantes]» (V.V.A.A., 2014: 54); la metáfora, por el contrario, permite la exteriorización del significante en cadena, dicho con otras palabras, permite el lugar a otros sistemas de referencia, un *plus de significación*, se puede decir más de lo dicho³⁶ (Nasio, 1998: 70; V.V.A.A., 2014: 55). La metáfora «supone la posibilidad de sustitución siempre implicada en cada elemento de la cadena [de significantes]» (V.V.A.A., 2014: 54). Para poner un ejemplo práctico podemos verlo de la siguiente forma. Imaginemos a una persona que padece una adicción a una droga fuerte, pero en determinado momento decide acudir a un centro de rehabilitación y no depender de dicha droga. En dicho centro padecerá lo que comúnmente se denomina “mono” o la compulsión obsesiva por la consumición del psicotrópico. Pues bien, en este proceso de desintoxicación, el sujeto no hará más que ver constantemente objetos que le produzcan, bajo la promesa de satisfacción semejante, placer. De ahí que a los pacientes toxicómanos se les administre poco a poco menor cantidad de dicha droga, para, con el tiempo, poder asumirse y continuar con su vida. La metonimia se halla en la

³⁴ Este agujero, hiancia, abertura, por el cual circula la pulsión (placer, goce y deseo), pertenece al dominio del *engaño*, el lenguaje de la *verdad* (Safouan, 2008b: 94).

³⁵ Esta línea temporal a la que me refiero es una ayuda para poder entendernos, pero cuando hablamos desde el inconsciente no hay temporalidad ya que sus dinámicas proyectivas y retentivas están soportadas por una realidad imposible, Lo Real.

³⁶ Como suele suceder por ejemplo con los chistes, en los cuales se hace referencia a algo que está velado, la verdad se encuentra en el exceso de lo dicho, un sentido ya dicho en el decir sutil. La metáfora de aquello que en la metonimia se pretende pero de forma velada. Si en la metonimia se pretende expresar todo, la unidad, la necesidad mediante la demanda se verá que no se podrá decirlo todo, por ello mediante la metáfora en aquello que se dice hay una referencia al todo pero no dicho sino referido. Es aquí donde el plus de significación de la metáfora “cubre” la falta del movimiento de significantes metonímicos (V.V.A.A., 2014: 59-60).

repetición³⁷ de dicha conducta, mientras que la metáfora es lo que le permite distanciarse de dicha cadena conductual y asumirse de otro modo el goce³⁸. De este modo, la metonimia conecta mientras que la metáfora sustituye³⁹, esto también da pie a pensar que hay una relación de dependencia, «la metonimia es condición de la metáfora» (V.V.A.A., 2014: 59).

Pues bien, hecho todo este recorrido veamos qué es la pulsión y qué relación tiene con el objeto a. La pulsión, en la teoría lacaniana, recuerda a la función del significante como puente, de hecho forma parte del proceso de significancia del que hablaba en párrafos anteriores. Lo que sucede con la pulsión es que habilita la satisfacción, y por consecuencia la insatisfacción, al articular el significante con el significado o la imagen construida del sujeto con referencia a su objeto de deseo. El objeto, realmente no le importa a la pulsión, sino la articulación del significante con el

³⁷ Hay un apunte interesante sobre esto visto desde Kierkegaard el cual considera que el hecho de repetir una conducta, un seguido de actos determinados, de rituales, permite al individuo la participación en lo eterno de forma progresiva con cada reincidencia. El individuo se proyecta mediante el acto hacia un futuro, unas consecuencias, y con ello el acceso a la vida eterna, la participación con ésta. Es por ello que se distancia de la concepción griega del acto como instante condensador del pasado y el futuro, como si fuese una línea recta, y piensa el acto como repetición en pos de la eternidad, una espiral que retorna sobre sí misma, lo cual tiene resonancias teóricas con lo imposible, con la regresión a lo real y el movimiento circular que habilita la metonimia tal vengo explicándola (Kierkegaard, 2016: 184-185).

³⁸ Un apunte interesante que hace Slavoj Žižek sobre la metáfora es el hecho de considerarla como un acontecimiento perteneciente a lo simbólico, que reestructura todo el campo del sujeto pero sin cambiar el contenido, haciendo que todo, de algún modo sea diferente. Más adelante propone situar como un pasado absoluto que es a la par atemporal (un *pasado puro* desde Deleuze) y flexible, moldeable, reconfigurable (Žižek, 2014: 123). Lo que está invocando aquí Žižek es lo que ya Freud anunció como la *retroactividad del inconsciente*, es decir, siempre vuelve sobre sí mismo para saciarse, tal cual lo hace la pulsión al depositarse sobre un objeto de ida y vuelta donde el inicio y el fin no están claros, sino que se clarifican en el momento de actividad libidinal sobre la superficie habilitada por el significante sobre el objeto y su significación para el sujeto. De algún modo esto deja expuesta la tesis de que no existe la contingencia sino más bien la necesidad de la emergencia de algo que ya estaba escrito en el sujeto y no deja de re-articularse siempre partiendo de una necesidad genética singular.

³⁹ Esta caracterizado el movimiento metonímico con el retorno de lo reprimido, el Uno, la compulsión a la repetición, siempre refiriéndose a algo finito conectado íntimamente con este contenido psíquico retroactivo. Mientras que el metafórico son representaciones de lo reprimido, infinitas representaciones de aquello que quedó marginado tras la represión, cuya estructura permite la renovación constante de conexiones (Nasio, 1998: 71). Por lo tanto, la metonimia, según como lo he podido llegar a entender, es el lugar desde el cual siempre va a estar lo mismo aunque se disponga de otro modo, ya que la estructura es la misma y será siempre la misma, lo único que cambian son los *lugares*, las *representaciones de lo reprimido*, que dispone la metáfora. Yo me lo imagino como un báculo mágico, que dependiendo de cómo se contemple el entorno la piedra de la punta será cambiada por otra para disponer el entorno de otro modo, cual mecanismo de defensa de la instancia yoica en pos de preservar su economía libidinal estable. Por ello el síntoma puede llegar a ser diferente, pero ocupará siempre el lugar del *Uno*.

significado, el producto del acontecer significante, su única misión en todo este movimiento es bordearlo. La satisfacción o insatisfacción⁴⁰ reside en que la pulsión se sacie a sí misma. Para hacer más explícita la explicación imaginemos un objeto cualquiera, éste será marcado por el significante ¿cómo? cortándolo de tal modo que dé como resultado un óvalo o una figura redondeada que será por donde la pulsión deambulará. El objeto, no es más que el soporte de un acto onanista cuyo fin es sí mismo⁴¹. La pulsión como factor añadido entre la demanda y su articulación entre significante y significado es lo que habilita dicha dinámica erótica. Para Lacan la pulsión puede tomarse desde los siguientes cuatro factores:

- Constancia o presión. La pulsión no descansa, siempre está activa y dispuesta a repetirse una y otra vez, siempre está en tensión⁴².

⁴⁰ Slavoj Žižek ubica la pulsión como una redención extática, un acto repetitivo y estúpido cuya finalidad por más que sea desagradable para el sujeto no puede dejar de hacerlo, encuentra allí cierta satisfacción ya sea consciente o no. Dirá que la pulsión es «un objeto parcial “no-muerto” que funciona como una especie de voluntad impersonal; “quiere”, persiste en su movimiento repetitivo [...], sigue su camino y exige su satisfacción a cualquier precio, independientemente del bienestar del sujeto. Esta pulsión es tal que está “en el sujeto más que en sí misma”: aunque el sujeto no pueda llegar a subjetivizarla, asumirla como propia diciendo “Yo soy quien quiere hacer esto”, ésta opera desde su propio núcleo» (Žižek, 2014: 117).

⁴¹ «la diferencia con la pulsión es que la pulsión implica que no hay objeto, mientras que la estrategia neurótica consiste en plantear una demanda como posible de satisfacer. El fracaso de esta estrategia, la aparición del objeto *a*, hará perder al fantasma su función de enmascarar la angustia» (V.V.A.A., 2014: 143). Dicho con otras palabras, la pulsión al no tener objeto carece de sujeto también, y es precisamente el sujeto quien se encarga de asumir dicha carga libidinal dirigiéndola hacia un objeto imaginario mediante el fantasma, que no es más que la proyección especular que actúa como señuelo para la descarga pulsional bajo la égida de la promesa de cumplimiento. Es decir, la pulsión, es engañada en pos de la subsistencia de la estabilidad psíquica del sujeto, apartándolo de la angustia mediante su camuflaje. Lo más angustiante para el sujeto es no saberse en posesión de su deseo, deseando al mismo tiempo, por ello la partícula “yo”, ya sea como sujeto elíptico o explícitamente, sitúa la instancia yoica como aquel responsable de “su propio” deseo.

⁴² De hecho, esta característica está íntimamente relacionada con el ya mencionado *goce*, puesto que éste es *energía* incalculable, no perteneciente al campo de la física, sino una constante propia del inconsciente que asegura la repetición y sus representaciones exteriores de la producción psíquica, ya sea como un síntoma u otro acontecimiento significante (Nasio, 1998: 41). Es interesante también ver el punto al que llega Žižek con lo referente a esta repetición constante de la pulsión, su movimiento circular, comparado con el progreso de la historia y la lapidaria frase de Francis Fukuyama *el final de la historia* al señalar como a medida que el capitalismo aumenta su dominio con la globalización. La historia sería la pulsión, que se repite constantemente, mientras que los parches, placebos, dados al sistema capitalista como el neoliberalismo hace de dicho sistema uno senil cuyo fin se posterga, no como el dado de las sociedades precapitalistas a un orden capitalista universal (Žižek, 2011: 20).

· Fuente. Caracterizada bajo la figura de zona erógena, lugar de donde proviene toda excitación sexual, siempre manifestada de forma local. Hay que recordar aquí lo ya dicho sobre el cuerpo fragmentado y unificado, por ejemplo, el deseo se articula desde una mano a un pecho, desde un ojo a un cuadro, un oído a una canción, etc...

· Meta. Se crea el circuito de ida y vuelta, el corte que habilita el borde es justamente esto. Cabe señalar que siempre serán satisfacciones penosas para el sujeto, ya que difícilmente puede llegar a alcanzar su objetivo, que es un imposible. De hecho, el objeto a es un imposible, la demanda es un imposible que no entiende de posibilidades a nivel consciente⁴³. Por esta razón en psicoanálisis se dice que el placer es limitado a lo posibles (a los registros simbólico e imaginario) mientras que el goce es ilimitado, imposible (vinculado a lo real), de ahí las relaciones con el incesto, la muerte del padre, y otras tantas perversiones que caen alrededor de las leyes culturales, familiares, sociales, etc⁴⁴...

· Objeto. El objeto, como ya señalé antes, es variable y no es verdaderamente relevante para la satisfacción del sujeto del inconsciente, lo que importa del objeto es, de alguna forma, el valor añadido, el plus-valor del objeto. Por esta razón se habla del *plus-de-goce*⁴⁵, ya que realmente, donde se haya la matriz de todo deseo es

⁴³ «Según, Freud, el ser humano está atravesado por la aspiración, siempre constante y jamás realizada, de alcanzar un fin imposible, el de la felicidad absoluta, felicidad que reviste diferentes figuras, entre las cuales está la de un hipotético placer sexual absoluto experimentado durante el incesto. Esta aspiración que se denomina deseo, este impulso originado en las zonas erógenas del cuerpo, genera un estado penoso de tensión psíquica –una tensión tanto más exacerbada cuanto que el impulso del deseo está refrenado por el dique de la represión-» (Nasio, 1998: 33). Este deseo refrenado por la represión en Freud tiene tres modalidades de descarga: la descarga como liberación y disipación; la retención, conservación como residuo, que equivale a la sobreexcitación de las zonas erógenas; y la descarga absoluta e ideal que es el acometimiento de dicha acción reprimida sin restricciones.

⁴⁴ Hace falta aquí hacer una diferenciación clave para poder comprender a lo que meta se refiere, precisamente diferenciándolo de finalidad. Por poner un ejemplo tomemos el caso de un niño con hambre y su la pulsión oral: por un lado tenemos que la finalidad del niño es saciar su hambre pero también es la satisfacción que se produce por la propia actividad de chupar y tragar. Pongamos por caso que el niño está hospitalizado y recibe alimento por vía intravenosa, tendremos que la meta estará satisfecha pero no la pulsión oral, en caso de que dicha satisfacción se dé será mediante el uso de un chupete. La pulsión pues es el bucle que se queda atrapado en sí mismo que insiste en repetirse interminablemente (Milmaniene, 2005: 138).

⁴⁵ Esta es una de las tres formas que tiene el inconsciente de *gozar*, que a diferencia del placer consciente, éste interrumpe y habilita todo tipo de satisfacción e insatisfacción consciente, cada una de ellas se dan en el inconsciente como dinámicas resolutivas del sujeto con su propio goce. Pues bien, estos tres tipos de

en lo imposible que se deposite sobre el objeto, es una ficción que actúa como ley dispuesta por/para el perverso para ser gozada cual figura imposible y trasgresora dentro de los límites de lo (dis)placentero⁴⁶.

¿Y qué relación tiene esto con el objeto *a*? Simple, el objeto *a* es lo que se encuentra justo en el medio de esa imagen subjetiva del sujeto. Para seguir con el mismo ejemplo del niño y la madre, diremos que lo que el niño quiere es la unidad con su madre y uno de los puntos por los cuales puede acceder es mediante el pecho de ésta marcado por el significante, establecida la pulsión en el borde del pecho resultante, el objeto *a* es lo que se halla en el medio de la circunferencia u ovalo. El objeto *a*, como falta, motiva el inconsciente del niño en pos de cumplir con este deseo de unidad con la madre, el primer Otro, esta demanda imposible⁴⁷. La pulsión podríamos ubicarla dentro de la imagen del lactante en los labios y su movimiento de succión.

En este punto habría que matizar una cosa muy importante: el objeto *a* no es un objeto totalizador o total, sino que éste es un objeto parcial. La definición de

goce son: el *goce fálico*, alivio parcial e incompleto, donde el falo, represión en Freud, es el que abre y obtura el goce, es como un despegue y aterrizaje controlado, éste comanda la descarga libidinal y el exceso residual; el *goce del Otro*, descarga total y absoluta sin el freno del falo, es el goce que supone uno al Otro “supuesto”(recuérdese el *sujeto-supuesto-saber*), la muerte, el océano de la locura, el incesto... serían representaciones del goce del Otro ideal; y, por último el *plus-de-goce*, es el goce retenido y coartado por el falo, el “plus” se refiere al aumento de tensión de dicho exceso residual no descargado, esto mantiene las zonas erógenas activas originando el deseo en éstas. De todas formas sobre éste último hablaré más adelante. (Nasio, 1998: 34-35).

⁴⁶ Esto no quiere decir que el gusto o la tendencia a determinados objetos quede totalmente descalificada ya que la pulsión se adhiere a cualquier objeto. En el *Diccionario de Psicoanálisis* de Jean Laplanche y Jean-Bertrand Pontalis se puede leer la definición de objeto de pulsión, según la tesis de Freud, que el objeto de la pulsión es un objeto indeterminado/contingente, en la que se dice que «no significa que cualquier objeto pueda satisfacer la pulsión, sino que el objeto pulsional, a menudo muy definido por rasgos singulares, viene determinado por la historia (principalmente la historia infantil) de cada individuo. El objeto es lo que, en la pulsión, se halla menos constitucionalmente determinado» (Laplanche & Pontalis, 1979: 271). Con esto se refiere a que si hablamos de pulsión inconsciente no hablamos de gusto subjetivo ni experiencia estética sino de las condiciones de posibilidad de dicha experiencia y tendencia o gusto, usualmente ubicados en el lugar del Otro y en *a*.

⁴⁷ Haciendo referencia al plus-valor la apropiación de Lacan como plus de goce (plus de jouir) Alain de Mijolla comenta que «Cette perte est soustraction de jouissance par le discours, dite “plus de jouir” elle est homologue à la plus-value repérée par Karl Marx. Mais l'équivoque du terme indique que quelque chose de cette jouissance est récupéré dans le fonctionnement de la pulsión qui “fait le tour” de l'objet *a*» (Mijolla, 2002: 1144). Trad.: «Esta pérdida es sustracción de disfrute por el discurso, llamado “plus de goce” siendo este homólogo a la plusvalía trabajada por Karl Marx. Pero el equívoco del término indica que ese disfrute es recuperado dentro del funcionamiento de la pulsión que “hecha la vuelta” del objeto *a*». Es decir, el objeto *a* representa este añadido, o mejor dicho, sobreañadido, en el discurso que sustrae el objeto disponiéndolo como deseable ya que por él deambulaba la pulsión.

objeto *a* de Alain de Mijolla prosigue de la siguiente manera: «L'objet *a* est objet partiel mais il 'n'y a pas d'objet total puisque *a*, en tant qu'il manque, fait obstacle à la totalisation»⁴⁸ (Mijolla, 2002: 1144). El objeto *a* es un objeto que es a la vez deseo del sujeto y a la vez se sustrae de sí mismo⁴⁹. Para hacerlo más gráfico sería conveniente proponer la típica imagen del asno persiguiendo una zanahoria, pero añadiéndole la imagen de sí mismo como trascendiéndola. De hecho, tiene que ver con esta cuestión todo el asunto reverberante referido a la castración, y más que la castración por sí sola, el miedo que emerge por esta⁵⁰. Hay un término creado por Ernst Jones, compañero psicoanalista y biógrafo de Sigmund Freud, que se refiere precisamente a esto llamado *afánisis*, que apunta a la pérdida del deseo, su muerte, precisamente esto se halla al inicio de todo complejo de castración inconsciente. Por lo tanto, podríamos decir que la demanda imposible del inconsciente siempre apunta a la perdurabilidad del deseo siempre motivada por esta muerte de sí, por esta castración⁵¹. Lo paradójico de todo esto es que para que el deseo (hablamos de goce por lo tanto del inconsciente) sobrevenga puede plantearse el suicidio, ya que el deseo en el inconsciente, y esto ya se sabe desde Freud, no tiene contradicción de ahí que busque siempre lo imposible, lo que está más

⁴⁸ Trad.: «El objeto *a* es un objeto parcial, por otro lado no hay objeto total porque *a*, en tanto que falta, hace de obstáculo a la totalización»

⁴⁹ El objeto parcial es el objeto irreductiblemente narcisista de la pulsión sexual mientras que el objeto total lejos de aparecer como un perfeccionamiento final, nunca carece de implicaciones narcisistas. Es decir, el objeto *a*, como objeto parcial, se sustrae de esta totalización que es la unidad totalizadora a la que tiende el sujeto, a un imposible, como promesa de cumplimiento.

⁵⁰ Ya Kierkegaard hablaba sobre la castración en tanto que prohibición que a la vez despierta en el sujeto la posibilidad de libertad, es decir, el individuo no se da cuenta de su autonomía hasta que se la coartan: «lo que antes pasaba por delante de la inocencia como nada de la angustia se le ha metido ahora dentro de él mismo y ahí, en su interior, vuelve a ser una nada, esto es, la angustiosa posibilidad de *poder*» (Kierkegaard, 2016: 106). El *poder* es la posibilidad de que suceda algo, se libera la posibilidad y es presa de sí misma. Por poner un ejemplo, en el momento en el que nos casamos cabe la posibilidad del divorcio, o yendo directamente a una categoría patológica, cuando el celoso tiene pareja la cela ya que se ve acosado por la posibilidad liberada de la traición de los parámetros de su confianza. La angustia pues es el «vértigo de la libertad; un vértigo que surge cuando, al querer el espíritu poner la síntesis, la libertad echa la vista hacia abajo por los derroteros de su propia posibilidad, aferrándose entonces a la finitud para sostenerse» (Kierkegaard, 2016: 136).

⁵¹ La castración es «la pérdida de algo que el sujeto nunca tuvo. Imaginemos una situación en la que el sujeto trata de conseguir X (digamos, diversas experiencias placenteras); la castración no consiste en privarle de ninguna de esas experiencias, sino en añadirles una X puramente potencial e inexistente, con respecto a la cual parece de repente que a las experiencias realmente accesibles les falte algo, que no sean plenamente satisfactorias. Puede verse aquí que el falo ejerce la función de ser el propio significante de la castración: el propio significante de la falta, el significante que prohíbe el sujeto acceda a X y que con ello crea su fantasma...» (Žižek, 2011: 23).

allá del principio del placer e incluso de muerte: el goce. En referencia éste, aunque realmente haya estado hablando indirectamente de él, lo trataré más adelante ya que hay que perfilar algunos conceptos más antes de asaltar dicha cuestión.

Sigmund Freud, en referencia a la castración del imposible y la instauración de la ley como regulador simbólico del deseo inconsciente, propone en *Tótem y Tabú* el mito de la *horda primordial/primitiva* conjuntamente con distintos estudios etnográficos. En dicho mito se explica la génesis de la cultura y las normas de conducta social religiosa mediante la instauración de la ley contra el incesto, la exogamia, el asesinato pasional, en este caso el parricidio, y el canibalismo o, haciendo referencia al título, las disposiciones de los sistemas totémico y tabú. Parafrasearé a continuación el mito de los textos freudianos por dos razones: en primer lugar porque considero que es relevante para la comprensión del origen desde el cual parte Lacan al hablar de la ley y su deriva en los estudios sobre el inconsciente, y en segundo lugar, haré breve la explicación debido a la cantidad de matices que se tocan en el mismo texto, lo cual distraería el objetivo de esta sección.

Pues bien, aclarado esto, dicho mito comienza con una sociedad en la que hay unos pocos considerados superiores, los padres de la comunidad, cuyo estatuto dentro de ésta es privilegiado sobre los demás, ya que son los que, mediante su relación con lo totémico, mantienen relaciones sexuales con todas las mujeres y prohíben celosamente al resto de la manada copular con ellas⁵², lo mismo sucede con las mujeres, pero en este caso los hombres son los que tienen un papel predominante como Padres de la comunidad. Esta *fratria* (Freud, 2007: 1752), división de la comunidad jerarquizada, dictamina y ordena la distribución de los bienes e impone su ley sobre toda la

⁵² «Un hijo nacido de este matrimonio se hallará, pues, en la imposibilidad de entablar relaciones incestuosas con su madre y su hermana, pertenecientes al mismo clan» (Freud, 2007: 1750), y continúa en el pie de página 1081 de la misma página diciendo que «esta prohibición no impide, en cambio, al padre, que es canguro, tener relaciones incestuosas con sus hijas, que son emúo. En la transmisión, paterna del tótem, el padre y los hijos serían el canguro, y el padre no podría, por tanto tener relaciones incestuosas con sus hijas, pero sí el hijo con la madre. Estas consecuencias de las prohibiciones totémicas demuestran que la herencia materna es más antigua que la paterna; pues tenemos más de una razón para admitir que tales prohibiciones van dirigidas contra los impulsos incestuosos del hijo» (Freud, 2007: 1750). Con esto Freud se refiere a que el tótem es una figura de alabanza y permisividad que habilita pero al mismo tiempo puede castigar la conducta incestuosa entre hijos y padres. La doble cara que posee la ley da pie a pensar que ésta sólo media entre el deseo de los patriarcas por conservar su estatuto frente al de los jóvenes, siendo pues la ley una cuestión de posesión cual cetro o trono, un atributo, signo distintivo.

comunidad. Padeciendo las vejaciones de dichas censuras castigadas violentamente, incluso con la muerte, los machos beta se reúnen para acabar con la vida de los alfa para que de esta forma quede eliminada la prohibición permitiéndoles tomar el mando y así cumplir con su deseo. Reunidos todos los *hermanos* matan a los *padres*, y no solo eso sino que se comen su cuerpo para hacerlo desaparecer completamente. Lo que sucede a continuación es que en el momento en el que los hermanos habiéndose liberado del dictamen del patriarcado sienten que han trasgredido la ley del sistema totémico, la ordenación establecida, haciendo que la ley se haya transmutado al cuerpo de la horda ejerciendo su poder sin necesidad de estar presente mediante la *culpa*. De esta forma, lo que nos dice Freud con dicho mito, un invento propio elucubrado a la sombra de los distintos escritos sobre etnografía, es que la ley pasa de ser un castigo penado con la muerte a que ésta sea la repartición de una sistemática culpa por la trasgresión de algo tomado por sagrado, totémico, desde lo cual emerge toda prohibición, lo tabú. Dicho con otras palabras, cuando se traspasa la ley y se deja que lo imposible suceda la red simbólica que legisla la vida comunal surge un efecto silencioso en los sujetos mediante la culpa, que como se aprecia en el mito, el padre muerto y devorado retorna *fantasmagóricamente* como imposición simbólica culpadora⁵³. Este escrito es previo a *El malestar en la cultura* donde prosigue con la explicación sobre los distintos modos en los que las sociedades se forman en la medida establecida por el pacto social que modula mediante una serie de normas culturales, costumbres religiosas, la conducta de

⁵³ Con esto hago referencia a lo que sucede con el que se siente culpable tras la trasgresión de la ley: las imágenes de su castigo, y la recurrente reminiscencia sobre el acto cometido producen en el sujeto una invariable cantidad de fantasías que le acosan. Un ejemplo claro lo propone Slavoj Žižek al comienzo de su libro *El acoso de las fantasías*: «Imaginémonos en la situación que desencadena los típicos celos masculinos: de repente, me entero de que mi compañera ha mantenido relaciones sexuales con otro hombre. Bueno, no pasa nada, soy un ser racional y tolerante, lo acepto... pero, luego, irresistiblemente, surgen imágenes que empiezan a dominarme, imágenes concretas de lo que han hecho, [...] y estoy perdido, sudoroso y agitado; mi paz se ha esfumado para siempre» (Žižek, 2011: 5). Con esto Žižek presenta como aquello totémico, lo sagrado, ha sido trasgredido, y por más que sea un *ser racional y tolerante*, el inconsciente no perdona sino que produce. El acoso de las fantasías responde mediante imágenes o frases dadas en la conciencia del sujeto, el cual no es más que un mero espectador de una cuantiosa manifestación afectiva a partir de un hecho significativo para el propio sujeto. Kierkegaard habla justamente de esto cuando señala que la angustia, en este caso por la infidelidad, no es por el hecho sino porque existe la posibilidad de que se repita, es decir, el sistema totémico que organiza la conducta del sujeto entre lo sagrado y lo profano se mantiene y puede ser trasgredida del mismo modo en el que lo ha sido: «si me angustio por el castigo es porque éste ha sido puesto inmediatamente en una relación dialéctica con la culpa –de lo contrario soportaría mi castigo–, lo que significa que me angustio por algo posible y futuro» (Kierkegaard, 2016: 189).

los sujetos. En relación a Jacques Lacan se puede ver cómo la figura del padre, su función en el inconsciente, permite el acceso del sujeto a la cultura a través del *complejo de Edipo* que, siguiendo el mito de la horda primordial, explica el modo en el que se gesta el inconsciente cual lenguaje permitiendo al sujeto zambullirse en la cultura a través del drama familiar, es decir, la inmersión del inconsciente del niño en el sistema totémico y tabú del cual se compone la vida en sociedad.

Tras esta ampliación, doy paso a la siguiente definición que nos ofrecen Élisabeth Roudinesco y Michel Plon, los cuales proponen que el objeto *a* es un

objeto deseado por el sujeto y que se sustrae a él, al punto de ser no representable, o de convertirse en “un resto” no simbolizable. [...] sólo aparece como *falta de ser*, o en forma estallada, a través de cuatro objetos parciales separados del cuerpo: el pecho, objeto de succión, las heces, objeto de excreción, la voz y la mirada, objetos de deseo en sí. [...] es inseparable de las nociones de objeto bueno y malo, y de objeto transicional (Roudinesco & Plon, 1998: 759-760)

¿A qué se refieren con que *a* sea un resto no representable, ni simbolizable y únicamente captable como falta de ser? Aquí se refieren los autores a que el objeto *a* es lo insaciable, una falta que está ahí de por vida para bien y para mal, ya que es un objeto que con su falta presente habilita toda transición del sujeto por el borde de los objetos, es decir, que el sujeto pueda emerger como sujeto deseante. Puesto con otras palabras, el objeto *a* no es representable porque es la representación misma, es el soporte del yo. Es por esta razón que si hablamos de la imposibilidad de representación del objeto *a* inevitablemente hablemos del fantasma denominado con el siguiente matema $\$ \diamond a$. ¿Qué es el fantasma? Si nos fijamos en el matema del fantasma vemos que en primer lugar tenemos una *S* barrada, tachada, también llamada *clivaje*, que quiere decir que el sujeto está atravesado por el lenguaje, es decir, el inconsciente puede estar inscrito en los discursos “sanos” de la sociedad que lo rodea, conoce el código⁵⁴ y se amolda neuróticamente a la vida en comunidad, el sujeto ya no es total

⁵⁴ Este código del que hablo no se refiere a lo que en lingüística se entiende por relación de signos sino más bien en cómo el sujeto ha introyectado las normas sociales, culturales, familiares, etc., mediante las que su necesidad tomará pie en forma de demanda. Este código, ya se verá más adelante, es el Otro, el significado que se desprende de éste, el *ideal del yo*. Sobre esta cuestión del ideal del yo la tendré muy presente en las siguientes secciones ya que es a partir de la estructuración imaginaria que se deriva de este que permite identificarse con distintos señuelos dispuestos en los medios de comunicación, las relaciones personales, y a fin de cuentas, la amalgama de ideologías del presente del sujeto político. Para hacer una

sino que está dividido. El sujeto se divide en los significantes que lo constituyen o, mejor dicho, el sujeto se define entre un significante y otro significante (V.V.A.A., 2014: 139). Dicho con otras palabras, el sujeto barrado es aquel que viéndose insatisfecho asume su insatisfacción y haciéndose con el código, con las dinámicas, con los discursos imperantes se asienta. Es la inauguración del sujeto como sujeto hablante, su inscripción en el estadio de lo simbólico. El fantasma hay que entenderlo como una ventana que nos protege de aquello horrible, nos permite mantener la mirada fija sin caer en aquello terrorífico, lo cual recuerda a la experiencia estética de lo sublime descrita por Kant cuando hace una analogía de ésta con poder ver desde el confort de la casa una batería de relámpagos a lo lejos, lava ardiente devorándolo todo a su paso, o el mar cargado de ira⁵⁵. El fantasma pues permite al sujeto mantener la mirada, que vendría a ser, *mantener el deseo*⁵⁶, en este caso de ver (V.V.A.A., 2014: 140). Sin el sujeto barrado tendríamos el horror sin ventana, por ello hay casos en los que el sujeto al enfrentarse con la imposición de la función paterna como castradora (miedo a la castración del deseo, afánisis) resuelve su situación de angustia insana cayendo en el campo de la patología psicótica teniendo una conducta no precisamente a-social, sino alucinatoria con una compleja sintomatología que va, por ejemplo, desde la esquizofrenia hasta el narcisismo paranoide. El neurótico en este caso, para poder asumir su posicionamiento yoico, el ego, y no verse sumido por el descontrol del Ello, o el *cuerpo del goce*, se compensa a través del síntoma (que es la aparición acontecimental del significante fálico lo cual da como resultado el goce fálico, un goce

pequeña reflexión acerca del ideal del yo y como este permite al sujeto identificarse con los objetos que le rodean habría que presentar su origen, el *yo ideal*, que no es más que la génesis del yo narcisista en lo imaginario, la perfección del sujeto. La función que tiene aquí el ideal del yo es que sitúa al sujeto para captarse como yo ideal, siempre hablando desde el estadio imaginario (V.V.A.A., 2014: 100-101).

⁵⁵ Esto se halla en la *Crítica del Juicio* precisamente dentro del libro segundo en §XXVIII bajo el título, *De la naturaleza considerada como una potencia*.

⁵⁶ El sujeto tiene en su conciencia la imagen de su deseo en el momento en el que no la tiene, o en caso de que no la reconociera, la angustia, el objeto *a*, no ha sido salvaguardada por el fantasma. «el *a* soporte del deseo en el fantasma, no es visible en lo que para el hombre constituye la imagen de su deseo. La imagen *i*'(a) sirve de engaño para atrapar el deseo, cuanto más se engañe con él más lejos estará de la verdadera causa del deseo» (V.V.A.A., 2014: 148). Si dicho fantasma no existiera como encubridor de la angustia, de *a*, el sujeto se encontraría enfrentado por su oscuro deseo fuera de toda ley y límite. Lo que sucedería sería la *realización* del deseo del Otro, su siniestro deseo. Lo siniestro es aquello que aun debiendo permanecer oculto se desvela, una falta que falta, una ceguera que falta, una ley que falta, un significante que falta (V.V.A.A., 2014: 148, 150).

limitado por el principio de placer (V.V.A.A., 2014: 141)) y el plus-de-goce (en el lugar del fantasma como pantalla⁵⁷ proyectiva sobre la que asumir el deseo del Otro como propio como veremos más adelante), para *sufrir* lo menos posible, o, para *gozar* lo menos posible (Nasio, 1998: 45).

Justo delante del sujeto barrado tenemos un rombo, también llamado *losange*, el cual significa la conjunción y disyunción con algo, y precisamente ese algo es de *a*, el losange es un articulador a fin de cuentas. ¿Qué significa esto? Traducido el matema quedaría de la siguiente forma: el sujeto barrado articulado con el objeto *a*. Si el sujeto barrado significa que éste está atravesado por el lenguaje empleado por la sociedad, sus costumbres, quiere decir que *a* está presente como presencia de falta, causa del deseo, articulándose justamente con este sujeto hablante que reconoce los límites de su placer. Si el fantasma no estuviese, el sujeto se identificaría con *a* lo cual conllevaría a lo que dije anteriormente sobre la psicosis, ya que el sujeto al tomarse como objeto *a*, como resto de una operación de demanda por el Otro, no alcanza a tener una superficie sobre la cual desear siempre será deseado por este Otro sin posibilidad alguna de establecer un vínculo con la sociedad y sus discursos culturales (procesos de identificación)⁵⁸. ¿Y que es este Otro con mayúscula? El Otro, a diferencia del otro con

⁵⁷ Entre el yo y el mundo, lo real, hay una pantalla, que, sabiéndose el yo imposibilitado para acceder a ello, imposible sobrepasarse, «crea la ilusión de algo más allá de la representación, donde no hay nada» (Safouan, 2008b: 103), y esa nada es el objeto *a* como parte separada de lo real. Paradójicamente el fantasma protege de lo real pero apunta a él, y de ahí el goce. Por poner un ejemplo, en la pintura tenemos un homólogo perfecto que define la función del fantasma ya que en el cuadro confluyen al mismo tiempo lo real y su disfraz. Estructuralmente afines, pero uno es invisible y el otro no, es decir, el fantasma organiza lo que allí se halla reduciéndolo a un marco o a unas dimensiones, cosa que lo real, al ser lo imposible es inconmensurable (Safouan, 2008b: 106). El objeto *a* en este fantasma sería lo que hilvana la mirada habilitando el deseo. No abrimos los ojos, nos abrimos (irreflexivamente) los ojos y luego somos conscientes de aquello que ya nos es dado en la abertura, en la hiancia, en la caída del objeto *a* (Safouan, 2008b: 107).

⁵⁸ El relato sería dispuesto como ajeno, como una alucinación, una posesión demoníaca, cuya significancia queda marginada, separada, de la historia del sujeto. El sujeto está poseído de forma acontecimental por una entidad que no es él mismo actuando sobre su cuerpo y su habla. El fantasma pues es el aglutinante de todas las proyecciones, relatos de hechos y acciones que no tienen que ver con la historia del sujeto, de hecho, el fantasma ayuda a ubicar al inconsciente en el plano consciente mediante el sentido (Nasio, 2006a: 62). Hay un apunte interesante que resuena en Kierkegaard que tiene que ver precisamente con esto: «el hombre es individuo y en cuanto tal consiste en ser a la par sí mismo y la especie entera, de tal suerte que toda la especie participa en el individuo y el individuo en toda la especie» (Kierkegaard, 2016: 79). Lo interesante de esto es la nota al pie de página que dice que si el individuo pudiese desgajarse absolutamente de la especie, la modificaría totalmente, pero en cambio si alguien es expulsado de la especie ésta no se alteraría. Lo cual quiere decir que el Otro pertenece a la especie a través del fantasma, sin él es otra cosa más acá del goce, de lo imposible. Por ello Kierkegaard dice que

minúscula, no es el semblante sino aquel significante cuya función es la estructuración unitaria del deseo del sujeto. ¿A qué me refiero con esto? Cuando hablaba anteriormente de los registros simbólico e imaginario mencionaba que en dichos lugares el sujeto se constituía a través de la inmersión en el lenguaje y la lengua, y en lo imaginario en la fase del espejo. Pues bien, el sujeto, como unidad fragmentada por la irrupción del significante en lo real, se aglutina bajo la disposición de este Otro. El Otro organiza las partes del cuerpo, las palabras, el deseo⁵⁹... El sujeto pues, por aclararlo un poco, es el objeto de este Otro y actúa en función del designio de éste. Pero este sujeto, consciente, desconoce esto en la cotidianeidad, ya que éste ve, siente, compra, ama, escribe, etc... diciendo que es *él* quien hace todos esos verbos, y no le falta razón, pero surge una duda y es la siguiente: ¿cómo explicar aquellos momentos en los que el sujeto hace sin saber qué hace? Es decir, ¿a qué razón aludir cuando no hay ninguna que convenza al sujeto de que él fue quien hizo lo que hizo? Se abre ante el yo una cuestión referente a la ontología relacional y es justamente el *porqué* en tanto cuestionamiento del sentido en pos de su obtención. Por aplanar esto pongo por ejemplo cuando uno se pregunta ¿qué vi yo en estos zapatos tan deleznable? o ¿Por qué tuve que decirle semejante barbaridad? o viceversa. Ya sean actos fallidos, lapsus, chistes, sueños o todo tipo de actos que parezcan ajenos al yo dan cuenta de este Otro del que hablo⁶⁰. Incluso el

«la fantasización consiste en hacer gozar a Adán el bienintencionado honor de ser más que la especie entera, o el dudoso honor de estar situado fuera de la especie» (Kierkegaard, 2016: 79). Adán es la representación del pecado, del *primer* pecado y de ahí la posibilidad de muerte, castración fálica, por lo tanto la represión del goce, mientras Adán seguía en el Edén la infinitud, véase Lo Real, no había historia. Lo que habilita esto es lo que llama Kierkegaard como *salto cualitativo* (Kierkegaard, 2016: 85), aunque también es visto como la pérdida de la inocencia (ignorancia) y la caída en la culpabilidad (saberse culpable de algo) (Kierkegaard, 2016: 93-94). De alguna forma análoga Lacan explica la introducción del niño en el estadio simbólico, y evidentemente la estructuración de su inconsciente *como* un lenguaje: el código es algo que se sabe y canaliza la demanda del sujeto deseante en pos de su cumplimiento, el sujeto no ignora que posee el pecado en sí, lo cual le da el estatuto de individuo dentro de su especie y no «un mero ejemplar» (Kierkegaard, 2016: 135).

⁵⁹ «hablar es llamar al Otro porque el Otro es el lugar donde el decir se plantea como verdadero» (V.V.A.A., 2014: 40), es decir, en el momento en el que sujeto dice que habla es hablado por el Otro, ya que éste organiza y establece el registro de verdad en lo que dice el sujeto. «Si hablar es llamar al Otro para situar la verdad de lo que se dice, entonces hablar es hacer resurgir la verdad cada vez que se habla. La verdad entonces no tiene características de permanencia, por así decirlo, sino que no es más que fugacidad. La función del Otro determina la posición del sujeto» (V.V.A.A., 2014: 40).

⁶⁰ «Lo que al psicoanalista interesa no es el sueño en sí ni los tradicionales símbolos oníricos y su desciframiento. No; nuestra espera se sitúa en otra parte: se trata de escuchar cómo el paciente nos cuenta su sueño y, sobre todo, cómo no logra contárnoslo bien. Lo que interesa [...] son las rupturas del relato, los olvidos o las vacilaciones en la recordación de tal o cual detalle del sueño. Pero sería erróneo creer

cuestionamiento de lo que consideramos nuestro deseo es una pregunta que nos lleva directamente a este Otro, ya que lo que imaginamos se encuentra en el lugar capturado por el Otro. Dicho con otras palabras, el Otro sería algo así como el sujeto del inconsciente, aquél que da órdenes desde el camarote y eventualmente sale a la superficie para timonear toda la nave⁶¹.

Como se puede intuir el lugar que ocupa el Otro en el inconsciente tiene resonancias con nuestro tema principal, el objeto a. Si el Otro es el sujeto del inconsciente el objeto a es una herramienta que emplea para apuntalar el deseo en tanto que falta. De hecho, el objeto a ha sido también nombrado como el deseo del Otro, ya que cuando decimos conscientes que estamos viendo algo concreto, que nos gusta, en el plano inconsciente nos *hacemos ver* viendo algo o nos *hacemos gustar* gustándonos algo⁶², el sujeto ocupa el lugar de objeto del Otro, por lo tanto este sujeto devenido objeto desea *ser visto y ser gustado*⁶³. Este Otro, haciendo un reduccionismo bastante pobre, sería el papel de un Dios, ya que, al igual que al Otro, le encanta jugar a las

que el psicoanálisis se reduce a fenómenos de lenguaje. [...] la palabra sólo nos interesa [...] cuando tropieza y desfallece» (Nasio, 2006a: 23).

⁶¹ Juan David Nasio, en la experiencia analítica, lo percibe «como *ese instante en el cual el paciente dice y no sabe lo que dice*. Es el momento del balbuceo, donde el paciente tartamudea, el instante en que duda y la palabra desfallece. [Los psicoanalistas] estamos atentos a los momentos en los cuales la lengua se traba» (Nasio, 1998: 16).

⁶² Es muy ilustrativo a la par que interesante ver cómo el deseo del Otro funciona en el caso del sádico. Según varios psicoanalistas artífices de *Una Introducción a Lacan* comentan sobre este caso particular lo siguiente: «El sádico es el ejemplo límite de esta experiencia [refiriéndose al deseo del inconsciente como el deseo del Otro]; ahí donde cree que la víctima es el objeto de su deseo, Sade le hace decir al torturador: “he tenido la piel del idiota”. Lo que quiere decir que en tanto sádico es al Otro a quien sirve, que es el agente que presta su imagen para realizar el goce del Otro. Y este es, dice Lacan, un trabajo agotador, reventante» (V.V.A.A., 2014: 71). El sádico que se mete en el papel de tal no es más que el sujeto dado por el deseo del Otro *encarnado* por la instancia yoica, que llega a su límite cuando tras la acción sádica dice precisamente que *ha tenido la piel del idiota*.

⁶³ Hay un apunte que cabe su consideración aquí hecho por Juan David Nasio. El Otro de alguna forma nos lleva a hacernos, en este caso vista y gusto, por ello Nasio apunta a que en el acto de mirar, ejemplo con el que trata esta cuestión, no sólo miramos, sino que somos mirados por los demás, los otros, y miramos nuestro ombligo. ¿A qué se refiere con esto? El Otro es una trampa por la cual nosotros devenimos objeto de aquel que no es más que la falta, nuestro ombligo. «La trampa está en que cuando miramos nuestro ombligo nos tornamos mirada, lo que quiere decir que mirarse [es decir, ser visto por el Otro] es equivalente a ser mirada» (Nasio, 2006b: 64). Por ello a continuación Nasio invoca la fórmula lacaniana del *hacer-se*, *hacer-se mirada*, *hacer-se voz*... Es así como la realidad fantasmática que habita el sujeto es una realidad del hacer en función del Otro (Nasio, 2006b: 64). Sobre esto hay resonancias en Kierkegaard cuando se refiere a la instauración de la culpabilidad en el individuo inocente: «*el individuo se hace culpable no precisamente al estar angustiado por llegar a serlo* [por la posibilidad de pecar], *sino en cuanto es tenido por culpable*» (Kierkegaard, 2016: 160).

escondidas, y un buen jugador del escondite vigila constantemente al que le busca, y en dicha dinámica podemos identificar claramente como el objeto a funciona: como una suposición, como una promesa, como una huella, un resto, que tiene la apariencia de ser el sitio en el cual el Otro, o Dios, se esconde⁶⁴. La comparación con un Dios no es baladí, ya que lo que se pretende es alcanzar la unidad o al menos reencontrarse con ese estado primigenio del cual fuimos extraídos: Lo Real, donde no hay fisura, donde no hay falta⁶⁵.

Sobre este tema, y continuando con la definición que ofrece Roudinesco y Plon, dirán lo siguiente: «la verdad del deseo sigue oculta a la conciencia porque su objeto es una *falta de ser*» (Roudinesco & Plon, 1998: 759-760). Con esto quieren decir, simple y llanamente lo que venía diciendo en el párrafo anterior: el deseo, su verdad, es del Otro y este siempre está ausente, pero está, es. Es complejo, ya que es paradójico, puesto que el Otro es una *presencia ausente* que motiva toda la dinámica deseante estructural del inconsciente reduciéndose, a nivel de consciencia, en diferentes objetos de la vida cotidiana, siendo siempre el mismo objeto *a* al cual se apunta.

Dicho esto pues propondré una última definición, ésta hallada en el *Diccionario Introductorio de Psicoanálisis Lacaniano* de Dylan Evans que dirá que la *a* «designa al pequeño otro, en oposición a la A mayúscula del *Gran Otro* [el cual] representa una alteridad radical e irreductible» (Evans, 2000: 141). El Gran Otro, como lo presenta Evans, no está unido al yo, el otro sí y es reflejo e intercambiable. ¿Qué quiere decir esto? Si recordamos lo dicho anteriormente sobre el Otro como un Dios

⁶⁴ La única forma de poder saber qué es el Otro, de hallarlo, es a través del fantasma que sutura el deseo del Otro en una afirmación desplazada del sujeto: el Otro quiere, continuando con los ejemplos, algo que ver y algo que gustar, un objeto, y de ahí, el sujeto pasa a ser objeto del deseo del Otro. En el caso del exhibicionista podríamos decir que éste se ofrece a la mirada de los otros, pero en realidad lo que ofrece al Otro es su mirada como objeto, sus ojos mirando a la gente escandalizarse son el goce del Otro. En el caso del voyeurista, que no es simétrico al del exhibicionista, éste se engaña (mediante el fantasma) al querer espiar pero donde realmente está el goce del Otro está en ser descubierto, ser visto, como mirada. «El exhibicionista llama a que lo vean y el voyeurista sólo descubre su verdadero lugar en la sorpresa de ser descubierto» (V.V.A.A., 2014: 129).

⁶⁵ La figura de Dios como el Otro es significativa en el sentido en el que la expresa Slavoj Žižek cuando dice que «una de las enseñanzas de la historia de la religión –e incluso más de la experiencia actual de la religión– es que lo mismo puede aplicarse al propio Dios: puede parecer fantástico cuando se lo mira por detrás y desde una distancia aceptable, pero cuando se acerca demasiado y tenemos que mirarlo cara a cara, el éxtasis espiritual se vuelve horror. [...] El encuentro traumático con una Cosa divina es el Acontecimiento como lo real» (Žižek, 2014: 110).

entenderemos que éste es sólo uno, un objeto total y totalizante, en cambio el otro sería un fragmento de este Otro. De ahí que Evans pueda decir que «el objeto parcial imaginado, [pueda ser] un elemento imaginado como separable del resto del cuerpo» (Evans, 2000: 141). Pero, ¿a qué se refiere Evans con *separable del resto del cuerpo*? Según Juan David Nasio el objeto *a*, como parte separada del cuerpo, se constituye a partir de una condición imaginaria y dos simbólicas:

- Condición imaginaria: tiene que haber algo (protuberancia/forma prominente) que pueda ser aprehendido, separado, arrancado del cuerpo cual relieve. Es decir, dentro del imposible imaginario debe ser posible fragmentar esa parte y gozar de ella (recuérdese la distinción con el placer, aquí estamos hablando desde el estatuto inconsciente). El goce se localiza en una parcela del cuerpo: una mano, un pie, una nalga, un pecho, un brazo... Y como apunta Nasio, el arquetipo primordial es el apéndice del *falo* (Nasio, 1998: 123-125).

- 1ª condición simbólica: el apéndice está relacionado con aquello que lo separa: pecho-boca; excremento-ano; voz-oído; etcétera. Estos elementos divisorios son significantes ya que recortan el objeto y lo parcializan. Los significantes se presentan como contorno que confiere la *circulación* del flujo del goce y confieren su *permanencia* abriéndose y cerrándose sobre las *zonas erógenas* (Nasio, 1998: 125-126).

- 2ª condición simbólica: la acción de separación ejercida por el significante se da al precio de una palabra: la demanda. Si, por ejemplo, un niño demanda el pecho, lo hará mediante un *grito*, dicha palabra hace del pecho algo que le pertenece, por ello lo demanda. Pero no se acaba aquí, también la madre demanda al niño para que lacte. La palabra hace una marca en el *cuerpo*, ya que la palabra (por su condición) no logra designar exactamente su objeto anhelado. A esto último se lo llama *corte significativa*. Transforma pues el objeto de su demanda en una abstracción mental, en una imagen alucinada, dicha imagen es el objeto de deseo u *objeto a* (Nasio, 1998: 126-128). Cabe señalar que el deseo de amamantar y mamar, al abstraerse, no cabe en el plano de la autoconservación biológica sino en el del erotismo: «un niño puede perfectamente satisfacer su hambre y no obstante alucinar el pecho como si no hubiera comido» (Nasio, 1998: 127). La palabra de la demanda, en resumidas cuentas es la que, con su acto, fagocita el deseo mediante la separación del sujeto de sí mismo

fragmentado en el otro. Por lo tanto vemos que el *objeto a* no es el pecho sino lo que da pie a dicha falta, la energía que reviste el agujero y lo estimula mediante la demanda, sería a fin de cuentas la boca del infante donde se ejerce la presión.

Siendo estas las condiciones se puede contemplar como el *objeto a* es un objeto, producto de la alucinación, que nace de la intersección del sujeto (el niño) y el Otro (la madre⁶⁶). Es decir, el objeto *a* es la intersección entre un cuerpo fragmentado y difuso, y por otro lado la *promesa de unidad* mediada por la localización de una parcela de dicho cuerpo en un objeto concreto (Nasio, 1998: 131). El deseo pues, contemplado desde esta perspectiva actúa como un freno, por muy intolerable que sea a veces, contra la tendencia del sujeto por encontrar el límite extremo, el punto de ruptura, la satisfacción absoluta del incesto... en pocas palabras, el Goce del Otro (Nasio, 1998: 134-135). De esta forma viene a aparecer el *objeto a*, como mediador⁶⁷: ya que el Goce del Otro provocaría un daño psíquico importante, el objeto *a* se presta como objeto alucinado de un cuerpo parcial, lo cual sería representado por el *plus-de-goce*.

Para ejemplificar esta cuestión Nasio (1998: 139) nos propone ubicar el acto en cuatro tiempos que articulan la necesidad, la demanda y el deseo⁶⁸ para cuadrar mejor la explicación:

⁶⁶ La madre, dispuesta como el Otro, es el lugar de lo imposible como ya dije anteriormente. Pero cabría añadir que si la madre es el Otro como imposible hace referencia a la castración de la madre, a la castración del deseo del niño por el falo de la madre, lo cual deja al niño frente a una falta anhelada en ella. Este Otro es el que aparece constantemente como sancionador de la demanda del niño. Sanción que a su vez determina el deseo del niño al sustituir el objeto (V.V.A.A., 2014: 43).

⁶⁷ «Toda función de *a*, afirma Lacan, se refiere a esta hiancia central que separa en el nivel sexual el deseo del lugar del goce, que nos condena a esta necesidad de que el goce esté por naturaleza prometido al deseo, que, para encontrarlo, el deseo deba solamente comprender sino atravesar el fantasma mismo que lo sostiene y lo constituye, ese que descubrimos como el pilar que se llama angustia de castración, en el sentido de la angustia de utilizarlo en lugar de guardarlo como prueba» (Safouan, 2008a: 237). Es decir, cada vez que uno de nosotros pretende satisfacer su deseo lo que está haciendo es ordenar el goce mediante su acción con dicho objeto promesa, y es allí donde la angustia se muestra como la posibilidad de castración o como castración efectiva tras realizar el acto.

⁶⁸ A diferencia de la necesidad o instinto animal el sujeto hablante debe pasar por un remolino de palabras preexistentes en sí mismo. El sujeto estará sujeto a la demanda, tendrá que pedir. «Hasta sus descargas motrices serán sancionadas como demandas» (V.V.A.A., 2014: 43). Pero no solamente la demanda implica lenguaje sino también la respuesta «puesto que los objetos con que el Otro responde son objetos de la cultura» (V.V.A.A., 2014: 44), es decir, la demanda del objeto es la falta en el Otro que a su vez responde inconclusamente dejando escapar en su articulación significativa un resto, el objeto *a*, el cual va saltando de objeto en objeto puramente fantasmático, ficcional, que fricciona afectivamente al sujeto. Dicho con otras palabras, el sujeto que tiene que transformar su necesidad en demanda produce el deseo

· Primer tiempo: el niño toma el pecho como parte de sí. En este tiempo habla Lo Real, representado en el objeto como objeto de necesidad (pecho nutricional, la leche y el hambre (esté ésta saciada o no)).

· Segundo tiempo: el niño pierde el pecho al constatar que no es suyo y no lo controla. Ahora ese objeto de necesidad carga con la inscripción, con la marca, de la falta, es decir, el *objeto a* (*plus-de-goce, deseo incestuoso, imagen alucinada, agujero*). Hay una *brecha*, un significante *cortante, coercitivo y diferenciador* separa al niño de sí mismo. El niño es introducido en cierto grado a Lo Simbólico.

· Tercer tiempo: el niño se considera siendo el pecho que pierde, él pierde “su pecho”. En este punto el niño se halla inscrito en un proceso de *identificación con el objeto perdido*: “soy la falta”. Se identifica con el objeto a dándole el estatuto que éste le confiere de *pérdida de sí*. Aquí es donde tiene cabida el fantasma ($\$ \diamond a$), ya que el sujeto (dividido en el segundo tiempo: $\$$) que desea un objeto (perdido) deviene dicho objeto que pretende (re) encontrar. «El principal mecanismo organizador de la estructura fantasmática es el de la identificación del sujeto vuelto objeto [...] en realidad no hay verdadera pérdida sin que el sujeto se identifique con lo que pierde» (Nasio, 1998: 156-157). Dicho con otras palabras, el niño al darse cuenta de que primero es el pecho, luego que no lo controla y que es otro, en este tercer tiempo se concibe a sí mismo como objeto de dicho deseo, es decir, es el pecho el que le toma a él como objeto⁶⁹. Se torna parte de una imagen unitaria perdida y por lo tanto, demandada. El niño es objeto de su propio deseo unitario.

que llega al Otro como demanda incondicional, sin constricciones, puro amor, pero siempre distorsionado por dicha transformación. Éste Otro se hace cargo del deseo recibido, por éste amor para satisfacer la necesidad narcisista encubriendo la falta, dando lo que no tiene, dándole la falta. Según la formulación lacaniana referida al don del amor, «dar lo que no se tiene a alguien que no lo es» (V.V.A.A., 2014: 44), se puede observar como la falta no solo es lo que encubre el amor sino que es lo que siempre estará allí, tal cual sucede con el mito del Andrógino en *El Banquete* de Platón en la exposición sobre el amor de Aristófanos. Es por esta razón por la cual Lacan dice que «el deseo es el deseo del Otro» (V.V.A.A., 2014: 45).

⁶⁹ «El fantasma no es la obra de alguien sino el resultado a un tiempo de la acción del objeto y del corte del significante. El objeto a es la causa motriz del fantasma y el significante (representado por el \diamond) es su causa eficiente» (Nasio, 1998: 158). Dicho con otras palabras, el fantasma es lo que, motivado por el objeto a, resta tras el reconocimiento perdido del niño como objeto del Otro que es la madre, es decir, el sujeto al dirigirse al Otro imposible e incestuoso y ver que es imposible se toma a sí mismo como objeto de este Otro como un residuo ante la imposibilidad de semejante acto debido a la interrupción de la función paterna o el falo en tanto significante irrumpiendo en la escena (tómese el falo o la función

· Cuarto tiempo: el niño tiene el pecho, por lo que salta del *ser*, de la identificación con el objeto, a *tenerlo* permitiéndole ser autónomo, ser completo mediante el complemento. Dicho con otras palabras, lo que hace que el niño sacie la necesidad es la posesión del complemento. De esta forma el niño puede *bordear* su falta calmando su demanda, pero nunca satisfaciéndola absoluta y totalmente porque eso sería, como ya dije antes, imposible una vez éste entró en el registro simbólico ya que taponar la brecha lo único que haría sería hacer retornar lo Real perdiendo toda posibilidad de ser un sujeto lingüístico.

Estos cuatro tiempos pues, según Nasio, conforman el movimiento que lleva a cabo la articulación del deseo como tope para el deseo inconsciente, el cual llevaría al sujeto a una conducta más allá del fantasma: el goce.

Ha llegado pues, tras todo este periplo contestar a la pregunta, ¿qué es el *goce*? Ésta palabra la asocié al *plus-de-goce*, al *cuerpo del goce*, al *goce* inconsciente diferenciado del *placer* consciente, *goce* como sustento de la *pulsión* y *goce* estructurado como una falta a través del *objeto a*. Todas estas acepciones hacen referencia al goce como *algo* que demanda satisfacción desde el inconsciente: «el goce es esa satisfacción particular que experimenta el ser sometido a los efectos inconscientes» (Nasio, 2006a: 67). El plus-de-goce se refiere a éste como el excedente insatisfecho de la demanda, la constatación de que nada satisface plenamente; el cuerpo del goce como aquel que se localiza en determinadas parcelas/partes del cuerpo como supuestamente satisfactorias de la demanda, un cuerpo que goza es un cuerpo que se aproxima a lo imposible de satisfacer; el placer, ya lo vimos, lo disfruta uno siendo consciente de su deseo, mientras que el goce disfruta de un deseo que está tras el apuntalamiento consciente; el objeto a es la determinación del goce, su encuentro permite su desvelamiento en el habla quebrada del sujeto⁷⁰. El goce mediado por *a* hace

paterna como un coartador que puede encarnarse de muchas maneras no solo por un padre de familia, es una función, no una persona). De esta forma el sujeto, barrado, coartado, se articula a sí mismo como *a* a través del fantasma: escenas imaginadas, repetición inolvidable, relato detallado pero enigmático, un afecto dominante, una escena o una acción en un sueño o fantasía, un relato perverso (que sería una práctica vergonzosa que hay que mantener en secreto)... todo aquello compuesto por un sujeto, un objeto, un significante e imágenes, es decir, alguien en un lugar hace algo con algo y produce cierta afección.

⁷⁰ Nasio dirá que «el objeto *a* nace de la imposibilidad para el psicoanalista de responder exactamente a esta pregunta sobre el goce» (Nasio, 2006a: 67), siendo precisamente la pregunta ¿qué es el *goce*?

de lo real, registro al cual ambos pertenecen, algo eficaz y manipulable, es decir, el acontecer del goce puede tomarse desde las formaciones del objeto a mediante el nombramiento de dicho objeto extraño para la instancia yoica del sujeto. Para pulir aún más la definición, necesaria, de goce, Nasio (2006a: 68-70) propone cuatro normas que cumpliría esta tendencial conducta inconsciente:

· *Inconsciente, síntoma*: El goce no se siente, no es placer, sino que es síntoma. Es decir, como ya señalé más arriba, la distinción entre placer y goce, uno se diferencia diametralmente del otro por la radicalidad en la que se ve el cuerpo más allá de satisfacción o insatisfacción. Es insufrible, por ponerle una palabra, ya que sobrepasa todo sentir.

· *Satisfacción/Insatisfacción*: El goce es inconsciente y no tiene que ver con satisfacción o su contrario, sino que los supera. Lo mismo que antes pero en este caso hace hincapié en el padecimiento del sujeto más allá del cuadro sintomatológico.

· *Auto-erótico*: El goce es como la pulsión, su meta es sí mismo, de ahí que éstos sean considerados movimientos auto eróticos (Nasio, 2006a: 69). Aquí me gustaría hacer alusión a que el objeto de la pulsión, como ya vimos es puramente fantasmático, no tiene tanta relevancia el objeto físico sino el imaginario y su inscripción simbólica, su marca. La pulsión no se limita a objetos benefactores sino también a aquellos que ponen en detrimento al sujeto, son, a fin de cuentas *objetos que no sirven para nada* (Safouan, 2008b: 54).

· *Extra-cuerpo*: El goce no existe si no hay un cuerpo, pero a la vez funciona a expensas de éste. El objeto *a* es un *plus-de-goce*, porque precisamente va más allá del cuerpo. Dicho con otras palabras, el cuerpo físico, biológico, es relevante para el goce en tanto su representación fantasmática, lo mismo sucede con el objeto *a* como *plus-de-goce* («el objeto *a* es un gozar *extra-cuerpo* o un *más que gozar*» (Nasio, 2006a: 70): es extraño al cuerpo, autosuficiente y autónomo, y además puede atrapar todo objeto proveniente de afuera⁷¹, o no hacerlo. Este objeto extraño siempre está fuera

⁷¹ Este “afuera” es complejo, ya que si el goce al ser una pura representación fantasmática que emerge para depositarse en cualquier objeto físico, el *afuera* únicamente está captado por el sujeto capacitado

del ego y lo invade desde “afuera”, desde un objeto físico diferenciado del cuerpo propio, un extranjero: «algo interno se vuelve perceptible desde afuera» (Nasio, 2006a: 71)

Nasio no se queda aquí solamente y da tres posibles formaciones del objeto *a*, o lo que es lo mismo, tres modalidades de acontecimiento del goce inconsciente (Nasio, 2006a: 73-75), pero advierte que aun siendo tres estados de manifestación hay algo que se mantiene invariable: «lo real del goce imposible» (Nasio, 2006a: 74).

· *Objeto del fantasma*: este es el objeto de la pulsión, el objeto de deseo fantasmático inconsciente. La percepción del inconsciente operada por el sujeto dividido (inscrito en el orden simbólico), aprehende el objeto (parcial) de deseo. El fantasma ($\$ \diamond a$) habilita el deseo por el objeto por el sujeto atravesado por el lenguaje, dicho con otras palabras, el sujeto del inconsciente lidia con el objeto *a* mediante la estructuración como un lenguaje (mediante funciones del significante) y la *represión* (la utilización del lenguaje común), es decir, intentan sincronizarse la necesidad (lenguaje inconsciente) con la demanda (lenguaje común mediante el código lingüístico) para satisfacer *a* (Nasio, 2006a: 79), de esta forma el deseo inconsciente imposible sobrevive amoldándose a los posibles culturales⁷². Pero, ¿qué es la *represión*? Según Laplanche y Pontalis, la represión es la «operación por medio de la cual el sujeto intenta rechazar o mantener en el inconsciente representaciones (pensamientos, imágenes, recuerdos) ligados a una pulsión. La represión se produce en aquellos casos en que la satisfacción de una pulsión (susceptible de procurar por sí misma placer) ofrecería el peligro de provocar displacer en virtud de otras exigencias» (Laplanche & Pontalis, 1979: 376). Freud, al igual que la psicología, considera la operación de represión como un mecanismo de defensa, ya que el sujeto se defiende de “algo” mediante su velación. Tras haber leído a Lacan, ese “algo” de lo que se defiende el sujeto, es el *goce*, mediante el fantasma habilitado por el significante del *Nombre-del-Padre* que habilita al sujeto la

para percibir objetos. En el inconsciente únicamente se captan fotografías, como una secuencia de fotogramas que nada tienen que ver con los objetos del mundo si no es a través de la instancia yoica.

⁷² Es en el fantasma donde encontramos del deseo inconsciente, el deseo del Otro. «En el fantasma se articula la respuesta –y esto es lo analizable del deseo- acerca de lo que el Otro desea del sujeto» (V.V.A.A., 2014: 75).

entrada en la cultura, es decir, a través de la función castradora del Nombre-Del-Padre⁷³ (que pasaríamos de tener la S como “sujeto virgen”, a-cultural, a-formal, a tener en su lugar \$, el sujeto barrado, atravesado por el lenguaje⁷⁴) el sujeto del inconsciente puede establecer una vinculación entre su necesidad y su objeto de deseo mediada por el código cultural, más allá si se conocen o no las relaciones entre coito y alumbramiento.

· *Objeto errático*: caracterizado por una alucinación o una lesión psicosomática. Este objeto es percibido particularmente por un sujeto errático en la alucinación, en la lesión de un órgano... Su representación sería de la siguiente forma (S \diamond a) lo cual quiere decir que el sujeto no está barrado sino que está fragmentado o compactado, es decir, el significante fálico no ha podido organizar la aparición de dicho objeto ubicándolo dentro del orden simbólico, por lo que ha quedado descolgado de éste y próximo a lo real sin dejar de articularse con *a*. Dicho con otras palabras, el modo en el que lidia el sujeto del inconsciente con *a* es mediante lo que se llama en psicoanálisis *forclusión*. ¿Qué es la *forclusión*? En el proceso de *forclusión*, a diferencia de la represión, el significante, en este caso fálico⁷⁵, no está integrado en el inconsciente del sujeto sino que es *repudiado, expulsado*, hacia Lo Real. De hecho no es siquiera una

⁷³ El significante del *Nombre-del-Padre* tiene que ver en el paso del niño por el complejo de Edipo, cómo éste se resuelve en dicho drama familiar y se encara ante el mundo habiendo sustituido a su madre como objeto de deseo por uno semejante. El niño identifica como objeto de deseo a su madre, allí ve el falo, hasta que la función paterna irrumpe en escena para coartar al niño de utilizar a su madre como objeto, de esta forma el niño comienza a ver que quien tiene el falo es quien haya adoptado dicha función castradora, y en dicha oposición infranqueable el niño sustituye el pecho por otra cosa. La *metáfora paterna*, como se suele mencionar cuando se habla del complejo de Edipo, consiste precisamente en este cambio de significante materno por el paterno, el Nombre-del-Padre (Braunstein, 1999: 310-314). El complejo de Edipo no solamente se da en la infancia como inaugurador del sujeto hablante y deseante, sino que la función castradora se halla en distintos momentos de la biografía del individuo.

⁷⁴ Nasio cuando menciona la castración dice que «no hay castración, sino castraciones» (Nasio, 2006a: 94) ya que la realidad (la perteneciente al estadio de lo simbólico e imaginario, no lo real) es acontecimental, lo cual quiere decir que *retorna* y se *actualiza* constantemente desde lo reprimido, forcluido o imaginario, dependiendo de la formación del objeto *a*. Lo cual quiere decir que el sujeto está constantemente siendo castrado en pos de acceder al objeto de deseo inconsciente, suplir la falta que retorna.

⁷⁵ He nombrado dos significantes que cabría diferenciar: el significante del *Nombre-Del-Padre* y el significante *fálico*. El primero se hace referencia a la cadena significante, es decir, que cada acontecimiento del significante esté estructurado bajo su égida, estructura legal que ordena y distribuye lugares, mientras que el segundo representa la falta en dicha cadena. Dicho con otras palabras, uno organiza, no falta nada, y el otro motiva al sujeto consciente a saciar esa necesidad proveniente del Otro, mediante la falta, el agujero.

repulsa, sino más bien la *abolición de una repulsión*⁷⁶, es un fallo de itinerancia, un parón del movimiento (Nasio, 2006a: 97). Por ello, la forma que tiene de retornar al sujeto es mediante un proceso alucinatorio. En cambio, en la represión, el significante está en el inconsciente, aunque velado, acontece estructuralmente y es reconocible por el sujeto como perteneciente a la realidad compartida (Nasio, 2006a: 79).

· *Objeto imaginario*: esta modalidad se presenta bajo el matema $-\phi$, que vendría a significar el falo imaginario en posición negativa, es decir, la imagen faltante que completa la imagen propia del cuerpo⁷⁷. No habría tendencia a la totalidad sin un complemento totalizante, el objeto imaginario. Este objeto se crea en el yo (es exclusivamente imaginario) mediante imágenes pero también percibido por el inconsciente, como deseo sexual, de ahí el goce intangible. El yo habita tanto en el plano consciente como inconsciente, por ello en toda imagen que se percibe se halla el

⁷⁶ Con esto Nasio hace referencia a que en el proceso de forclusión la cadena acontecimental de significantes se den en el sujeto como algo que deambula por otro *lugar* que no es el de la constelación significativa dada por el Nombre-Del-Padre que habilita lugar(es) (castración(es), que como ya dije es la sustitución cual mecanismo defensivo mediante represión del goce y la entrada del sujeto en la cultura) y centrífugo (habilita el objeto a y borde por el que la pulsión se satisface), es decir, se constituye una realidad local (Nasio, 2006a: 99). Nasio propone, para entender mejor esto, ver que S^1 y S^2 se solidifican, es decir, el significante en acto y la cadena significativa son uno, no hay distinción, es un bloque indiscriminado, no hay mediación, todo significante queda difuminado tanto de forma compacta como dispersa pero en bloque (Nasio, 2006a: 103-104), generan una realidad formal propia y singular por lo que no se puede hablar de significantes en plural. Dicha realidad es local y dura lo que la alucinación o una lesión psicósomática dure (Nasio, 2006a: 107).

⁷⁷ No todo el investimento libidinal pasa por la imagen especular sino por la falta en su localización imaginaria representada como la castración imaginaria inducida por la metáfora paterna ($-\phi$) la cual produce un sentimiento de insuficiencia en el niño y de falta en la niña dejando un resto inasequible a nivel del cuerpo propio. Esto es debido a que en el primer tiempo del Edipo el niño o la niña se identifican con la madre de forma imaginaria (ϕ , el Otro imaginario), mientras que en el segundo tiempo aparece la ley, encarnada por el padre (como función) que actúa como coartador y ordenador negando la relación con la madre ($-\phi$, la negación del falo en la madre como Otro imaginario debido a Φ , el Otro simbólico) y de esta forma posibilitando la entrada del sujeto en la sociedad. En el tercer tiempo el padre aparece castrado por su propia ley que trasmite sobre el sujeto permitiendo a éste establecer su propia razón del deseo, ya que Φ se presenta ahora como una disposición, una determinada ubicación, de la falta, del objeto *a*. «La angustia no es por la falta, sino por la desaparición de esta falta» (Safouan, 2008a: 222). Dicho con otras palabras, el objeto imaginario estará *cargado* de deseo porque existe la castración imaginaria: al ver que el goce absoluto del niño con la madre se ve coartado por el padre el niño sustituye a la madre por otro objeto siempre insuficiente e insatisfactorio para que el deseo sea una constante narcisista, propia. Es por esta razón que el estudio del *fetiché* en psicoanálisis tiene tanto escrito ya que el fetiché actúa como una pantalla o movimiento bífido ya que cubre la castración del hombre, el ya castrado, y su temor a la castración, como todavía no castrado, y lo mismo con la mujer. «El fetiché causa el deseo que se enganchará donde pueda, en una figura femenina que no es necesariamente la que lleva el zapatito, el cual puede estar en los alrededores [...] lo que se necesita es que el fetiché se presente como condición del deseo» (Safouan, 2008a: 229).

objeto *a*, el goce. Por esta razón el sujeto consciente percibe una imagen fálica, organizadora del deseo y motivadora de éste, y siendo lo mismo el inconsciente percibe una imagen que vela el objeto *a*.

Nasio, agrega a estas tres modalidades en las que se puede formar *a* dos factores que intervienen y determinan dicha producción inconsciente (Nasio, 2006a: 74-75):

- La naturaleza del *medio*: se refiere al *afuera* (que es el adentro) en el que el objeto *a* está subsumido. El medio es el espacio acontecimental en el cual la dinámica como medio *represivo*, de *forclusión* o *imaginario* gestan el objeto como *objeto fantasmático*, *objeto errático* u *objeto imaginario* respectivamente.

- La naturaleza del *sujeto*: indica el sujeto que acoge el objeto *a* desde el medio. El sujeto puede estar dispuesto de tres formas distintas: *sujeto dividido del inconsciente* (\$), *sujeto fragmentado* (Š) o el *yo* (m, o moi⁷⁸).

Siguiendo con lo dicho hasta ahora, vemos que el objeto *a* puede ser percibido de tres formas distintas dependiendo del sujeto y el medio en el que se capte. Pero, ¿cómo percibe esto el sujeto consciente? Cuando el yo percibe una imagen sabe que él no la es, sino nada más que la representación de sí mismo como otro, pero eso sí, se le asemeja. El yo no percibe cosas sino imágenes, las cuales constituyen el mundo y la *estructura del yo*. No hay objetos consecutivos sino un continuo de imágenes que se inscriben escópicamente formando su sola substancia. Estas imágenes pueden «provocar

⁷⁸ Cuando Lacan se refiere a *moi* indica al *yo* de la segunda tópica freudiana, la cual se distingue de la primera, profundizada en los escritos de 1900 hasta 1920 de Freud, que consideraba que la psique estaba dividida por tres instancias: inconsciente, censura, pre-consciente/consciente. En la segunda tópica, presentada en su escrito del 1923 en *El yo y el ello*, Freud diferencia estas instancias en el ello, yo y superyó, diferenciando al ello como contenido dinámico reprimido e inconsciente y el superyó como función auto-observadora, crítica y, por lo tanto, censora del yo, referida a lo reprimido en el ello. Lacan hace referencia al moi como aquel situado entre el goce y la castración o la ley, no muy alejado de lo dicho por Freud. Por otro lado, cuando apunta al *je*, distinción elaborada en el comunicado *El estadio del espejo* dado el 17 de julio de 1949 ante el XVI Congreso Internacional de Psicoanálisis en Zúrich, se refiere a las funciones del yo, al yo que habla, que relata, que dibuja, que expresa el padecimiento o felicidad del moi, siendo el je a fin de cuentas aquel que es hablado por el mismo inconsciente bajo la ilusión de que no es él quien tiene dichas imaginaciones o deseos, ya sea algo deleznable o gratificante. El je es una paradójica afirmación del sujeto mediante la negación, la instauración de la ley en el orden simbólico, el código por el cual se articula toda demanda (que sería el significado del Otro, es decir, la introyección de los parámetros culturales y familiares), expresión proveniente de lo percibido en el moi, el yo primitivo previo al estadio del espejo y creación del señuelo que permitirá la emergencia de este je a través del fantasma (\$ ◇ a) (Gómez, 2015: 91-92; 217-219 / Lacan, 1998: 86)

cambios efectivos en lo real de una vida. En suma, el yo es un ser imaginario alienado en lo imaginario» (Nasio, 2006a: 77). Precisamente, el hecho de la *alienación del yo* en lo imaginario se refiere a que el sujeto consciente pierde sus sentidos a favor de estas captaciones fantasmáticas, pero precisamente lo que se hace es ganar identidad, personalidad, en el momento en el que lo real queda velado por el estadio imaginario e inscripción simbólica. Esta pérdida de sí es, por ponerle palabras, un borrado de memoria de la génesis primordial inconsciente en pos de una génesis consciente. La instancia yoica al percibir dichas imágenes «no sabe que es el deseo, o más bien el objeto del deseo, lo que vuelve pregnantes las imágenes y les da fuerza» (Nasio, 2006a: 77): el objeto *a*⁷⁹. Nasio clasifica este no saber de la imagen en el sujeto en dos categorías: en primer lugar el yo no sabe que él está constituido de ellas, y en segundo lugar, que están causadas por *a* (Nasio, 2006a: 77). El yo, en definitiva, percibe el mundo pero siempre desde la invalidación, doble, conformada por lo imaginario⁸⁰.

Por otro lado, si hablamos desde la perspectiva inconsciente tenemos que éste únicamente percibe el mundo bajo la égida del deseo sexual significado por el falo. El sujeto consciente puede reconocer el saber inconsciente (a través de la sesión analítica o un momento de claridad introspectiva catártica o tras el síntoma), siempre mediado por una imagen, como aquello que se percibe extraño, y a veces cargando de culpa al yo, imperando la tendencia desiderativa del sujeto, planteándole un lugar de disyuntiva. Este espacio imaginario del yo está *marcado*, por lo que llamé con el objeto imaginario: el *falo imaginario* (- ϕ) conjuntamente con el objeto *a*: *causa de deseo alienante captada por el yo consciente*. La formulación para esta dinámica suele articularse así: m (moi) \diamond - ϕ (*a*), lo cual quiere decir que el yo, el plano del *moi* que no hace más que recibir imágenes que pueden ser articuladas por el *je* como función del yo hablante, se articulan dichas imágenes con el falo imaginario de *a*. En resumidas cuentas el sujeto está inmerso en un mundo de imágenes cuya tendencia desiderativa produce una alienación de este en pos de dicho deseo libidinal, o lo que es lo mismo, en pos de dicha imagen fálica que vela el objeto *a*. Estas imágenes que “vienen” al sujeto

⁷⁹ Usualmente para referirse a dichas imágenes presentadas en el aparato consciente se utiliza la formulación siguiente: *i* (*a*), que viene a significar imagen del objeto *a*.

⁸⁰ «El yo implica desconocimiento, es su lugar de desconocimiento en el que el sujeto se aliena, se enajena, transformándose en ese otro que es su imagen» (V.V.A.A., 2014: 92).

no provienen de fuera sino que se amoldan a los objetos que encontramos en la cotidianeidad. Sobre esta cuestión ya hablaré extendidamente en las siguientes secciones relacionadas con los objetos de consumo, los mass media y la consecuente estructuración ideológica de los afectos.

Lo dicho hasta ahora ha sido sobre el objeto imaginario pero, ¿qué sucede en el sujeto consciente cuando el objeto *a* se forma mediante la forclusión dando un objeto errático? ¿Y mediante la represión y su objeto fantasmático resultante? Vayamos por pasos. En la forclusión como ya vimos unos párrafos más arriba tenemos que el objeto *a* produce alucinaciones en el sujeto, esto en lenguaje lacaniano se traduciría por que el sujeto deviene objeto gozado, no hay alguien cuando el alucinado goza sino que él es el gozar de la experiencia alucinatoria, al ser el goce desaparece el sujeto. Por esta razón Nasio dice que el sujeto se experimenta sin placer (vacilando entre la satisfacción y la insatisfacción inconsciente, puro goce) y a-temporalizado. El forcluido puede captar el goce, el sujeto es asimilado por el objeto *a*. En la forclusión no hay que pensar en que un sujeto ve un objeto (en este caso *a*) sino más bien como un objeto que se ve a sí mismo⁸¹. Por otro lado, cuando hablamos de represión y de objeto fantasmático el goce se capta como el de Otro debido justamente al fantasma, una figuración marcada por los significantes. El sujeto percibe imágenes yoicas, sentido y gramática que entierra el dolor o lo desagradable de sí. «El dolor de un fantasma en manera alguna es visible, audible o sensible» (Nasio, 2006a: 112), es producto propio, hay un sujeto.

Tenemos pues tres objetos constituidos por tres distintos sujetos que en vista del goce y su resolución dirimen la conducta del sujeto hacia uno u otro lado. La represión, la forclusión y la imaginación son tres modos en las que el sujeto “vivencia” la emergencia del goce. El goce, objeto de análisis en estas páginas, queda definido pues como aquello que siempre tiende a satisfacerse a expensas del sujeto consciente, al igual que la pulsión. No es de extrañar que en uno de sus escritos Lacan compare el goce con las instancias del ello y super-yo de la segunda tópica freudiana con Sade y Kant, diciendo que toda exigencia contiene cierta tendencia sádica con la

⁸¹ «Superficies atópicas que perciben goces inconscientes. O bien unos ojos extra-rostro que perciben miradas sin rostro [...] el sujeto se ha disuelto y se ha perdido en todos y cada una de las imbricaciones perceptivas; el sujeto es esas imbricaciones» (Nasio, 2006a: 114-115).

instancia yoica que vendría a ocupar el lugar del masoquista. En dicho escrito Lacan se refiere a esto haciendo hincapié en la inscripción de la ley y sus múltiples facetas, siendo por un lado la que proviene de la razón mientras que la otra es la que se engendra desde lo que Kant siempre quiso dejar fuera, la patología, que en este caso sería Sade:

Observemos que ese bien [el que defiende la ley, objeto de ésta] sólo se supone que es el Bien por proponerse, como acabamos de decir, contra y para con todo objeto que le pusiera su condición, por oponerse a cualquiera de los bienes inciertos que esos objetos puedan aportar, en una equivalencia de principio, por imponerse como superior por su valor universal. Así su peso no aparece sino por excluir, pulsión o sentimiento, todo aquello que puede padecer el sujeto en su interés por un objeto, lo que Kant por eso desina como “patológico” (Lacan, 1991: 745).

Lacan no dice que contrarreste en ningún momento a Kant contra Sade, sino que le completa, por ello el escrito⁸² se titula *Kant con Sade*. ¿Por qué le completa? Por una simple y sencilla razón, la ley, el mandamiento, está inscrito en el enunciado pero, su lugar de enunciación cambia. La ley sigue siendo respetada, universal, y el sujeto (a ésta) actúa en función de las máximas extraídas de dicha ley. Como se constata en las primeras páginas del artículo, la ley busca siempre *das Gute*, es decir, *el bien*, y ese bien no tiene porqué valer para todos sino para todos los casos «o, mejor dicho, que no valga en ningún caso si no vale en todo caso» (Lacan, 1991: 746). Es decir, la experiencia de la ley moral no ofrece ningún objeto fenomenal, sino una deducción en sus máximas que valdría para todos en general y ninguno en concreto:

Todo juicio sobre el orden infame que entronizaría nuestra máxima es pues indiferente en la materia, que es reconocerle o negarle el carácter de una regla aceptable como universal en moral, la moral reconocida desde Kant como una práctica incondicional de la razón [...] tiene la virtud de instaurar a la vez tanto ese rechazo radical de lo patológico, de todo miramiento manifestado a un bien, a una pasión, incluso a una compasión, o sea el rechazo por el que Kant libera el campo de la ley moral, como la forma de esa ley que es también su única sustancia, por cuanto la voluntad sólo se obliga a ella desestimando con su práctica toda razón que no sea de su máxima misma (Lacan, 1991: 749)

⁸² El cual debía era un prefacio a *La philosophie dans le boudoir*, que apareció en la revista *Critique*, cual reseña sobre una edición del 1963 de las obras del Marqués de Sade (Lacan, 1991: 744).

De esta forma tenemos que esa ley moral y su instalación el ámbito formal vaciada de contenido pero válida para todo contenido se asemeja a la ley del goce que promueve el Marqués de Sade, llamada la *máxima sadiana* (Lacan, 1991: 749), viene a preservar el lugar del Otro como sujeto de la enunciación en lugar de la razón, o por seguir con estos conceptos, sujeto del enunciado, el decir del sujeto (el del bien) no lo dicho por el Otro en dicho decir (el del goce). Con este inciso de Kant y Sade, se muestra una vez más cómo Lacan siempre vuelve a la misma pregunta, “¿qué es el goce?” o mejor dicho, para situarlo desde la pregunta que se hace el sujeto neurótico “¿qué quiere de mí este Otro?”⁸³ inaugurando así la responsabilidad del sujeto con su propio goce, es decir, con la obstinada fijación del Otro por nosotros. De esta forma, quiérase o no, es un buen modo de reinterpretar la soledad: uno realmente nunca está sólo, siempre tiene el deseo del Otro.

Tras todo este rodeo para definir una vez más una de las caras del objeto *a*, vuelvo a la definición que ofrece Dylan Evans, el cual apuntará a *a* como *ágalma*, palabra griega extraída de *El Banquete* de Platón «que significa una gloria, un ornamento, una oferta a los dioses o la pequeña estatua de un Dios» (Evans, 2000: 141). *a* se presenta como una pequeña abertura en el objeto que posibilita el acceso a un deseo mucho mayor. Por lo tanto, el objeto *a* esta dispuesto como la *causa del deseo*, no como hacia lo que tiende el deseo, ya que habilita el agujero sobre el cual las pulsiones se verán satisfechas. De hecho Evans dirá que «las pulsiones no intentan obtener el objeto *a*, sino girar en torno a él» (Evans, 2000: 141). Es pues la persistencia sobre el objeto

⁸³ Esto suele formularse como “*Che vuoi?*”, “¿qué quieres?”, que según Slavoj Žižek es la pregunta que establece la posición primordial y constitutiva del sujeto (Žižek, 2011: 14). ¿Por qué? Por una simple razón, el niño, cuando se encuentra distintas personas se halla en una red compleja de demandas y restricciones que las entiende, sabe desempeñar su rol, pero no sabe qué objeto constituye para el deseo de los demás. Por ello el odio hacia el otro muchas veces no es la proyección de un odio propio, sino más bien que da «testimonio (y trata de hacerse cargo) [del] descentramiento original, del hecho [de formar] parte de una red opaca cuya lógica y significado escapan [de su] control» (Žižek, 2011: 15). Hallé resonancias con esta pregunta dirigida al Otro en Kierkegaard cuando dice claramente en *El concepto de la angustia* que «todo individuo está esencialmente interesado en la historia de todos los demás individuos, sí, tan esencialmente como en la suya propia. Por eso la perfección intrínsecamente consiste en la plena participación de la totalidad. Ningún individuo puede ser de suyo indiferente a la historia de la raza humana, de la misma manera que tampoco ésta puede serlo respecto de ningún individuo. De aquí se deduce que mientras que la historia de la raza no cesa de progresar, el individuo comienza sin cesar desde el principio, precisamente por ser sí mismo y la especie, y por ello el motor constante de la misma historia de la raza» (Kierkegaard, 2016: 80). El niño se encuentra siendo deseado por los demás pero no sabe de qué es objeto de deseo para el otro, el “¿qué quieres?” es por ello la pregunta inaugural del sujeto ya que se introduce dentro de la red del deseo siendo él sí mismo causa de su propio deseo.

como vinculante, como moneda de cambio, para satisfacción del Otro. *Ágalma* según Moustapha Safouan dice que éste término «designa el objeto enigmático del deseo en la medida en que extrae su fascinación y su poder sobre el sujeto de la falta en ser enraizada en el objeto a» (Safouan, 2008a: 241). Por lo tanto, en resumidas cuentas, *ágalma* es la potencia de atracción que posee un objeto sobre el sujeto de la falta, el sujeto deseante, y tras todo lo visto hasta ahora se puede decir que dicha seducción, apego, encanto, del objeto está relacionada con el significante fálico que se instaure como falta acontecimental, como agujero, zona erógena, apertura en la cadena significativa.

Hay una forma de expresar esta cara del objeto *a* como *ágalma* como aquello que hace del sujeto como aquel *digno del deseo del Otro* (Žižek, 2011: 14). En el campo de la fantasía, las formaciones fantasmáticas (recuérdese lo dicho sobre el fantasma), se da precisamente aquello que el Otro desea de nosotros a través de nosotros mismo como señuelo. Esto de alguna forma viene a responder parcialmente la pregunta que hice más arriba sobre ¿qué quiere el Otro de mí? Lo que quiere el Otro de mí es aquello que se manifiesta en el plano del fantasma. El *Ágalma* pues es aquello que nos atrae súbitamente a través del deseo del Otro mediante la pantalla del fantasma. Dicho con otras palabras, el *ágalma* es la fuerza magnética que ejerce el fantasma sobre la voluntad del sujeto que dice fantasear con X. *Ágalma*, por lo tanto, se relaciona con el objeto *a* en la medida en la cual éste es causa de deseo en sí mismo, ya que instaure una falta cuyo desconocimiento para el sujeto (barrado, inscrito en orden simbólico e imaginario) se manifiesta como deseable en la proyección fantasmática.

Un ejemplo claro de esto lo encontramos en los distintos objetos de consumo o, como ya veremos en las secciones posteriores, en las relaciones sociales, tanto pertenezcan al campo de *eros*, *ágape* o *filia*. Slavoj Žižek da un ejemplo bastante claro sobre cómo “funciona” dicha esfera fantasmática del deseo, en este caso, como éste está mediado en el campo de la intersubjetividad:

La radical intersubjetividad de la fantasía resulta discernible hasta en los casos más elementales, como aquel relatado por Freud en el que su hijita fantaseaba con comer un pastel de fresa. Aquí no estamos, en absoluto, ante un simple caso de satisfacción alucinatoria directa de un deseo (como le apetecía pastel y no lo obtuvo, fantaseó al respecto...). Es decir, lo que cabe introducir llegados a este punto es, justamente, la dimensión de la

intersubjetividad: lo crucial del caso es que, mientras devoraba un pastel de fresa, la niña se dio cuenta de la profunda satisfacción que el espectáculo causaba a sus padres al verla disfrutando plenamente. Así pues, la fantasía de comer un pastel de fresa trasluce en realidad un intento por parte de la niña de formar una identidad (la de quien disfruta plenamente comiéndose el pastel que le han dado sus padres) que satisfaga a sus padres y la convierta en el objeto del deseo de estos... (Žižek, 2011: 15)

El aparato proyectivo del fantasma sobre los objetos de la cotidianeidad se muestran, en este caso referido a la intersubjetividad, como barnizados por el fantasma cuyo brillo destella la voluntad del sujeto motivándole a cumplir con el deseo del Otro cual propio. Siguiendo el trazo de Žižek aclara que

en las últimas obras de Lacan, el objeto [a] es precisamente aquello que «en el sujeto es más que el propio sujeto», aquello que fantaseo que el Otro (fascinado por mí) ve en mí. Por ello, ya no es el objeto [a] lo que sirve de mediador entre mi deseo y el deseo del Otro⁸⁴; más bien, es el propio deseo del Otro lo que sirve como mediador entre el sujeto “barrado” (\$) y el objeto perdido que el sujeto “es”, lo que proporciona un mínimo de identidad fantasmática al sujeto. Asimismo, podemos apreciar en qué consiste *la traversée du fantasme*: en una aceptación de que *en mí no hay tesoro secreto alguno*, de que mi soporte (el del sujeto) es puramente fantasmático (Žižek, 2011: 15).

El ágalma, como objeto a, como tesoro secreto, ornamento, estatua de Dios, etc..., resulta ser pues aquello que permite que el sujeto tengo un mínimo de consistencia fantasmática, es decir, sin el objeto a como ágalma, el sujeto quedaría sujeto a un objeto errático producido por la forclusión (recuérdese la distinción entre el objeto producido por el sujeto de la represión y el de la forclusión, mientras en el primero teníamos un objeto fantasmático ($\$ \diamond a$) en el otro tenemos un objeto errático ($\$ \diamond a$) debido a la forclusión del significante del Nombre-del-Padre). Así pues, el ágalma

⁸⁴ Como sí lo era en las primeras obras de Lacan en las que el objeto *a* era reducido a un punto de intersección entre el deseo del sujeto y el deseo del Otro, entre el placer y el goce, cual puente, tarea que a fin de cuentas no es suficiente ya que el objeto *a* simplemente queda reducido en ese caso a todo el espectro fantasmático elidiendo al sujeto barrado (\$), y disminuyendo considerablemente la presencia para el sujeto del lugar del Otro como continente dinámico y dinamizador del yo. El objeto *a* pasa de ser un puente, un punto de intersección, a ser la falta primordial del sujeto al quedar sujeto al campo de la cultura mediante la red compleja de deseo que se establece desde los primeros años de vida hasta su muerte. Dicho con un lenguaje más técnico, la entrada del sujeto en el registro simbólico y, consecuentemente, imaginario el sujeto pierde algo y esa pérdida queda representada como falta de sí simbolizada como un retorno a aquel lugar que es lo real.

de la definición de Evans hace del objeto *a* como promesa de cumplimiento del goce del Otro mediado por el fantasma, retroalimentado por la fascinación que produce dicho objeto *a*. Por ponerlo con otras palabras, el objeto *a* en tanto *álgalma* señala la fascinación del sujeto por los objetos mediados por el fantasma que sustituye el deseo del Otro por el de uno.

Tras esta última definición sobre el objeto *a* y todo el periplo por la teoría lacaniana precedente a lo largo de toda esta sección del trabajo se puede vislumbrar que dicho objeto tiene varias funciones, de hecho la más primordial de todas: la constitución del individuo. Cuando digo “primordial” es debido a que éste objeto, al ser un pedazo de lo real, un agujero de éste, cuya fuerza aspirante motiva al inconsciente a producir distintas afecciones en el sujeto, inaugura una forma de vida particular. La pérdida del paraíso, de lo real, y sólo conservando de éste el cuerpo del goce, se asume desde lo imaginario y lo simbólico dicho deseo inconsciente por retornar allí, a aquel lugar que se muestra como una falta, desconocido por el individuo, pero siempre anhelado. Desear la nada cobra sentido en el momento en el que se vé lo que hay justamente detrás de lo que llamaba previamente el fantasma. Las imágenes que se proyectan en la conciencia del sujeto, y que le producen distintos tipos de sensaciones, forman parte del modo en el que la estructuración simbólica e imaginaria se ha constituido para el individuo en el seno de las contingencias familiares, culturales, históricas... Ese pedazo de real que lleva a cuevas todo individuo, el objeto *a*, es aquello con lo que, una vez separado, lidia *como puede* con saberse falto de sí mismo, escindido de la totalidad y caído otro lugar, en el lugar de la nada, donde se hallan, de distinta forma los señuelos que dirigen tendenciosamente a satisfacer ese anhelo de totalidad.

Esta descripción, al margen de parecer romántica, narra el proceder del deseo. Éste es el resultado de la operación de la necesidad y la demanda, lo que resta entre la satisfacción de la necesidad del inconsciente por lo imposible, y la demanda acomodada al código en el que la sociedad se mueve. El deseo, visto desde esta perspectiva, se muestra como la constante del sujeto por lidiar con la urgencia de sí mismo, por satisfacer la carencia de sí, ese objeto que no existe pero está ahí: el objeto *a*. Evidentemente cuando hablo de necesidad y demanda, e incluso de deseo, el sujeto consciente sólo es un mensajero entre el Otro, el inconsciente, la necesidad, y su

demanda, su urgencia, e incluso sugerencia. El sujeto en este caso se dirige al objeto *a* diciéndole estar fascinado por el señuelo de imágenes y símbolos que emergen de éste en tanto en cuanto promesa de placer, que como ya se vio, sutura la urgencia del goce.

En vista de todo esto, en la siguiente sección a través de distintas lecturas de autores contemporáneos cartografiare las variadas formas que tiene el objeto *a* de manifestarse en la cotidianeidad presentada por las representaciones culturales actuales. De forma inversa a la que Freud hacía sus análisis sobre pintura con Leonardo Da Vinci, intentando hallar el sentido oculto de la pintura, seguiré a Lacan quien no intenta buscar la quinta esencia tras la apariencia sino precisamente prestar atención a lo que allí mismo se manifiesta puesto que dicha manifestación de lo inconsciente se da dentro de los marcos de la apariencia siendo *ello* la apariencia misma. Un ejemplo de esto lo pone Slavoj Žižek al decir que la fantasía, el mundo de la apariencia, no es el simple recurso que se dispone en el sujeto cuando quiere algo y no lo tiene, como una tarta de fresa que al quererla pero no tenerla fantasea con ella, sino más bien cabría preguntarse algo que va más allá cuando se interroga al señuelo «¿cómo sé que lo que más me apetece es tarta de fresa?» (Žižek, 2016: 13), este cuestionar está dirigido a la figura del Otro, el inconsciente. Este señuelo, tarta de fresa, se nos muestra bajo una determinada formulación, gracias a la cual la interacción con el entorno se da positivamente, es decir, el deseo queda manifiesto en la consciencia del sujeto. Por esta razón Žižek invocando la máxima de Jacques Lacan «no hay relación sexual» (Žižek, 2016: 13) pronunciada el seminario XVI del 1968 bajo el título *De un Otro al otro* (Safouan, 2008: 163) dice que sin todo el aparato fantasmático, sin el señuelo, sin la fórmula, no estaría garantizada la propia relación sexual. De esta forma, la fantasía, captura el objeto *a* y su presencia como falta reverbera dando pie a una serie de manifestaciones que la representan como objetos dignos de ser deseados, pero recuérdese que el deseo no es más que el deseo del Otro, del inconsciente. Es decir, volviendo al ejemplo de la tarta de fresa, ésta la deseo pero justamente la tarta de fresa no es simplemente un deseo sencillo cuando hablamos desde el psicoanálisis ya que a quien se dirige el deseo es al Otro, y no *solamente* a una tendencia volitiva del sujeto por el objeto, en este caso la tarta de fresa.

Dicho esto, lo que se cuestionará de la misma apariencia no es el porqué de cada individuo y su relación con esta, ya que sería imposible o un arduo

trabajo ver cuáles son las tendencias desiderativas de cada individuo, por ello la interrogación será hacia ese Otro cuya representación se halla en las distintas manifestaciones culturales, el tipo de sujeto que es participe de la necesidad de este *Otro cultural*. La pregunta pues apuntará al Gran Otro, que circunda el objeto *a* hilvanando discursos de variada índole ideológica.

3. ANÁLISIS DE LA CONTEMPORANEIDAD CULTURAL

Tras todo el periplo por distintos puntos de la obra de Jacques Lacan haré a continuación cuatro paradas por cuatro obras que considero principales de Eloy Fernández Porta. La particularidad de su rúbrica y ojo clínico será acompañada por conceptos y análisis de Gilles Lipovetsky, José Luis Pardo, Zygmunt Bauman, Slavoj Žižek, Byung-Chul Han, *Tiqqun* y Joseph Heath y Andrew Potter. Las cuatro paradas pues tendrán distintas excursiones y comentaristas por las regiones que cada libro presenta de las diatribas culturales de la contemporaneidad. Además de toda esta compañía en cada parada, toda la sección primera, que bien carga la maleta de equipaje, será el atuendo que se llevará durante todo este último trayecto del viaje.

En cada una de las subsecciones extraeré precisamente aquello que vincula toda la investigación llevada a cabo en la sección anterior sobre el objeto *a* con los estudios culturales. Cada parada, como ya apunté, hace un análisis cultural desde un punto de vista similar, con la misma rúbrica, pero cada uno desvelando una región flotante del Gran Otro en las sociedades de consumo actuales. En otras palabras, la llamada Economía Emocional, y cómo esto influye el discurrir de los afectos. Es por esta razón que tras finalizar esta sección haré una síntesis donde, a modo de aglutinante, dejaré distintas preguntas al aire planteadas directamente desde el lugar de crítica que abre Eloy.

La pregunta que me formulo y estructura toda esta sección, para entendernos, sería la siguiente: ¿qué quiere el Gran Otro de mí? Que vendría a responder a la pregunta que ya comenté sobre el *Che voui?* de la anterior sección, en la cual dicha pregunta se refiere al Otro, al inconsciente. Para mundanizar la pregunta aún más preguntaría ¿qué quieren las sociedades de consumo de nosotros vendiéndonos sus productos? Aunque yo le daría una vuelta de tuerca más y diría, ¿qué está dicho en el decir de los discursos ideológicos imperantes que pasan ante nuestros ojos? Las respuestas serán, paradójicamente, las distintas preguntas que emergen del lugar de la vulnerabilidad resentida, del síntoma, de las resistencias del cuerpo⁸⁵, etc... Estas

⁸⁵ Friedrich Nietzsche en *Así habló Zaratustra*, en un capítulo titulado “De los despreciadores del cuerpo” señalará dirá por boca de Zaratustra en un diálogo con, precisamente, los despreciadores del cuerpo, «dices “yo” y estás orgulloso de esa palabra. Pero esa cosa aún más grande, en la que tú no quieres creer,

defensas señalan los excesos y deficiencias del sistema de económico emocional y su manifestación en la era del *hiperconsumo* como diría Lipovetsky. De hecho el mismo Zygmunt Bauman alerta que este tipo de economía (la ya mencionada Economía Emocional) invade y coloniza lo común (o *communitas* cual remanente de autosuficiencia y enorme capacidad productora enraizada en el anarquismo), sede de la moral económica (que regula la autodestructiva tendencia del propio sistema capitalista), poniendo en peligro la unión humana y convirtiendo a los sujetos en *consumidores* en vez de *productores* (Bauman, 2015: 102).

En palabras de José Luis Pardo, lo que ya no puede conseguirse en política mediante razonamientos puede tener éxito si se apela a los medios pulsionales o inconscientes, intuitivos, y con ello producir una distorsión equivalente a un estado de diversión revolucionaria y/o entretenimiento oligofrénico en el que «no se puede nunca saber con certeza si los héroes están bajando del escenario o subiendo a él cuando arrojan piedras o reparten panfletos» (Pardo, 2016: 247). El mismo Pardo señala que la ciudadanía de los Estados del Bienestar en lugar de ceder el malestar producido por ésta a las salidas que ofrece el mismo sistema hay que capitalizarlas, recabar en las frustradas demandas cuyo fundamento libidinal inconsciente resulta en una población agotada de tanto somnífero (Pardo, 2016: 272).

Esto último mencionado por Pardo será justamente uno de los temas pilares de esta segunda sección capitaneado por los estudios realizados por Eloy Fernández Porta. La investigación que presentaré a continuación, como ya apunté, girará en torno a cuatro libros suyos, los cuales desarrollaré cronológicamente según su publicación: *Afterpop*, *Homo Sampler*, *€@O\$*, y *Emocionese Así*. El modo en el cual los abordaré será mediante una sistemática exposición de las distintas ideas generales que deambulan poéticamente por la irónica, clara, sagaz y erudita pluma de Porta sazonado con distintas aproximaciones de otros autores para reforzar sus argumentos.

-tu cuerpo y su gran razón: ésa no dice yo, pero hace yo. Lo que el sentido siente, lo que el espíritu conoce, eso nunca tiene dentro de sí su final. Pero sentido y espíritu querrían persuadirte de que ellos son el final de todas las cosas: tan vanidosos son [...] El sí-mismo domina y es el dominador también del yo. Detrás de tus pensamientos y sentimientos, hermano mío, se encuentra un soberano poderoso, un sabio desconocido –llámese sí-mismo. En tu cuerpo habita, es tu cuerpo» (Nietzsche, 2011: 38-39).

3.1. ELOY FERNÁNDEZ PORTA, APUNTES BIOGRÁFICOS

Eloy Fernández Porta, nacido el 1974 en Barcelona, tiene una gran producción de ensayos de los cuales ha recibido premios como por ejemplo el Premio Anagrama en 2010 por *€®O\$: La superproducción de los afectos* y Premio Ciudad de Barcelona en 2012. Ha sido becario doctoral en Boston Collage y acompañante de lecturas en Duke University. Ha participado en diversas conferencias y talleres, impartidos por él, en A*Desk, Instituto Europeo di Design, Architectural Association, Universidad de Los Andes, por poner algunas de ellas. Actualmente es profesor de Nuevas Formas y Nuevos Ámbitos Literarios en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, y también es conocido por realizar distintas *performances* de *spoken word* en relación con sus ensayos y relatos cortos.

Porta también ha participado como colaborador en distintas revistas tales como *aB*, *The Iowa Review*, *Lateral*, entre otras. Por otro lado ha sido comisario de varias exposiciones de arte como por ejemplo el encuentro literario *Neo 3* en el Palau de la Virreina de Barcelona o en dos ediciones de *Barcelona Producció* al igual que en exhibiciones de Sala de Arts Santa Mónica y la Sala d'Art Jove.

3.1.1. AFTERPOP: LA LITERATURA DE LA IMPLOSIÓN MEDIÁTICA

Comenzando pues con los escritos de Eloy en *Afterpop* empieza con una simple pregunta: ¿qué es lo *pop*? Y aún más anclada a la historia, ¿dónde se halla el pop en nuestros tiempos? La respuesta a esta pregunta comienza a tener forma en el momento en el que diferencia la *alta cultura* de la *cultura pop*. En la primera se ven las grandes historias, las que hablan con cierta grandilocuencia tratando temas categóricos con vistas a lo universal particularizado. En cambio, en la cultura pop se ven personajes meditabundos, solitarios que funcionan dentro del *star system* de los media⁸⁶. Lo que señala Porta al considerar esta diferencia es que el estilo y las referencias que se dan en uno y en otro cambian totalmente: mientras que en la alta cultura todo tiene cierto orden estilístico, en el pop se mezclan distintas formas de expresión; y por otro lado, además, en la alta cultura las referencias tienen un sentido completo, es decir, no está desubicado, ni dislocado el sentido, sino que si se habla de, por ejemplo, la vida en Marte, nombrar a la N.A.S.A. no cae fuera, pero en cambio, en la cultura pop se puede re-interpretar N.A.S.A. e introducirlo en la descripción de una situación en la que un personaje de una historia está esperando a comprar sus entradas para ver un grupo de música “espacial” y se sorprende al ver que su mirada se ha clavado en un ejemplar de la revista *Muy Interesante* donde hacen un reportaje sobre la N.A.S.A. En lo pop hay como señala Porta, una *voluntad de imagen* (Porta, 2010b: 12) que lo que intenta transmitir no se da por el campo denotativo sino por el expresivo⁸⁷, mientras que en la alta cultura si se hace referencia a un cierto *sentido común* (Porta, 2010b: 11).

Aun haciendo esta distinción, tanto expresiva como de marcos referenciales, también señala el carácter crítico que subyace en cada obra. Mientras que la alta cultura habla de las vicisitudes que mantiene un personaje con la metrópolis en el

⁸⁶ Lipovetsky señala, no muy alejado de la concepción de Porta, que el pop es la representación de la *ligereza de lo superficial*, y añade que el pop se caracteriza por la elevación de los objetos de la cotidianeidad, de los cómics, de las estrellas cinematográficas, apartándose de «la seriedad ostentativa y respira[ndo] un aire de ligereza juvenil» (Lipovetsky, 2016: 200).

⁸⁷ De hecho lo que sucede es que ya no hay acontecimientos históricos si no son presentados por la mediatización del espectáculo. Es decir, la Historia carece de sentido si ésta no está dada de alta por el espectáculo mediático. Pardo hace una comparación idónea sobre esto alegando que en momentos de guerra la poesía *realiza* la Historia, en cambio en tiempos de “paz” la historia se convierte en poesía (Pardo, 2016: 125).

pop tenemos un collage despolitizado que vacilando entre el fanatismo pesimista y el nihilismo más acérrimo presenta una pastiche de información inconexa “aparentemente” para señalar mediante las imágenes literarias un pasar vacuo entre luces neón, ofertas y una marabunta de referencias culturales de distinto género. Ante esto Porta invoca a Roland Barthes para señalar que la *mitología de la cultura* en la era del pop, de las sociedades anónimas (Porta, 2010b: 12), deja paso a los mitos como figuras espectrales y especulares de un pasado que con el tiempo se ha quedado impotente. El pop suele ser criticado precisamente por esto, su *falta de autenticidad*, sobre la cual la alta cultura se engrandece. Pero a fin de cuentas, para que esta jerga de autenticidad, la crítica a lo pop, sobrevenga de su pesar en la era de la difuminación de los mitos necesita el texto pop, haciéndose consecuentemente la alta cultura un texto pop, eso sí, una versión corregida⁸⁸ (Porta, 2010b: 15), ya que sin esta corrección pasará lo que Heath y Potter pronostican y es que toda forma de creación crítica, que ya de por sí contiene premisas subversivas y rebeldes, puede trastocar las pautas habituales de la vida y el pensamiento, pero no la dinámica del capitalismo (Heath & Potter, 2005: 236). No sólo hay que hacer las cosas de otra manera, sino *saberse* en dicha nueva forma de proceder sin caer en la rebeldía que el mismo sistema económico fomenta tal y como apuntan en el su libro *Rebelarse Vende*.

Cabría preguntarse, ante esta inminencia de lo pop, ¿cómo ha llegado a nuestros días a ser un producto consumido y alabado por la crítica cultural como señala Porta? Más que por el estilo, los referentes, y demás cosas que he venido señalando, la razón por la cual la cultura pop ha devenido ya parte imprescindible en toda obra literaria que se considere *best seller* o con alto reconocimiento del público, es que se ha postulado una individualidad irreductible y un criterio selectivo en un contexto de masificación e indistinción, es decir, al hablar de estas obras desde el anonimato en un mar de referencias encabalgadas lo que se hace es reflejar la realidad

⁸⁸ Esta versión corregida puede entenderse como bien señala Žižek al comparar la dinámica posmoderna en la cual no hay limitaciones por su tendencia anti-esencialista sustituyendo la potencialidad simbólica por la imaginaria, con el Viagra. Žižek señala que el viagra es la representación última de la castración, ya que el consumidor de viagra al tener un pene que funciona (imaginación) reconstituye su potencialidad fálica a través del medicamento (como sustituto del significante fálico del orden simbólico). Este complemento es a lo que queda reducido el aspecto simbólico las formas autoritarias dando lugar a una ilimitada posibilidad imaginaria pero carente de verdadera potencialidad fálica, representado en este caso por el pop y, parcialmente con toda su connotación crítica, el afterpop (Žižek, 2010: 115).

social en la que la contemporaneidad se encuentra (Porta, 2010b: 18). Pero aun diría más, y es que en estas narraciones lo que se hallan son indicaciones, cual boyas entre el mar y la bruma, para interpretar y procesar lo que está pasando alrededor. El anonimato de las sociedades contemporáneas y la sobreinformación (y la competitividad salvaje que se halla justamente debajo de la discriminación entre distintos estilos, interpretaciones, etc.) hacen que la verdad pierda toda relevancia, precisamente por la desorientación (o la sobre-orientación) que producen. No hay una conciencia integrada pero culta que juzgue y vehicule la inmensa cantidad de referentes (Porta, 2010b: 20), sino que al contrario lo que hay son personajes cuyas «instancias de contemplación entran y salen de sus referentes» (Porta, 2010b: 20) sin llegar realmente a nada más que a un *tour* en los que se deja al lector frente a un self-service referencial bajo la promesa de que *probablemente* halle allí algo de su gusto⁸⁹.

Pero el pop no se acaba aquí. Con el paso de los años el pop se ha escindido hacia otros géneros, tanto literarios como musicales, como por ejemplo el punk, el hardcore, el gótico o desde la década de los noventa el popularizado *indie*, todos ellos, en mayor o menor medida han dejado la entrada a los efectos de la era tecnológica permitiendo mayor flexibilidad artística a la hora de componer. La música electrónica dio lugar a un nivel de experimentación musical cuyas semejanzas también las hallamos en la expresividad de la literatura pop comentada más arriba. Con ésta comienzan a emerger géneros cuya relevancia se deposita más en el lugar, en la atmósfera, en el ambiente, más que en el sujeto. Para ejemplo de ello Porta menciona al músico Brian Eno integrante de la banda Talking Heads que hizo su carrera por solitario al igual que el cantante de ésta David Byrne, ambos duchos en el campo de la música experimental. En el caso de Eno, comentado por Porta, señala que éste pone la tónica en la producción ambientalista de la música concluyendo que el sensualismo es más relevante que el sujeto mismo. De hecho el sujeto es un anónimo que se dispone en distintos lugares creados a partir de la producción electrónica.

⁸⁹ De hecho, José Luis Pardo, dirá que las obras de arte dejan de ser *acciones* que canalizan el espíritu de los tiempos, para pasar a ser meras *contemplaciones*, fetiches y monumentos, «obras arrancadas a su origen, separadas de la vida y hurtadas al pueblo» (Pardo, 2016: 226-227). Y continúa señalando que «así seguimos hasta hoy, con muchos artistas convertidos en víctimas del poder, que vampiriza y neutraliza sus *acciones* de guerra transmutándolas en ídolos, alojándolas en esos dispositivos colonialistas, imperialistas y capitalistas llamados “museos” y pagando a sus autores una fortuna por ellos para humillarles y desactivar más eficazmente sus *intervenciones* y *disturbios*» (Pardo, 2016: 227).

La superproducción del pop, en cierta medida producto del progreso tecnológico y comunicacional, lleva al *ser moderno* o dicho de otra forma, al *ser contemporáneo*, a «asumir y a la vez poner en cuestión la innovación técnica» (Porta, 2010b: 39), tal y como apunté más arriba al hablar de los críticos culturales y el pop (el pop corregido). A esta postura Porta la llama *Afterpop*, que se define

por una ironía inestable y reconocida que se pone de manifiesto en una serie de continuos *deslizamientos* entre distintas maneras de abordar el *permisivo caos de años* de la cultura de consumo. [Y añade que] En algunos casos se trata de una actitud *retro*, en la que se describe la cultura pop desde un supuesto futuro; en otros, encontramos un gesto *engagé*, como si se tratase de una *causa* que requiere de filiación (Porta, 2010b: 58).

El Afterpop, como sensibilidad crítica de la cultura que sobreviene a la tendencia pop y el progreso técnico de los medios de comunicación, se muestra pues desde dentro de la confusión, borrosa y tramada⁹⁰, producida por los *media* y los dispositivos que emergen de ellos, y al mismo tiempo mantienen sus reservas en un afuera resignificador. Los artistas-críticos que se enmarcan en esta posición se manifiestan desde dentro del porvenir inestable pero manteniéndose como extranjeros (Porta, 2010b: 61). Es decir, adoptan el lenguaje, pero re-interpretándolo desde un lugar ajeno, extraño, como si fuesen un *bug* dentro del sistema, un *glitch* en mitad de una imagen preciosa. Según Pardo la receta podría resumirse de la siguiente forma: «hay que inventar *intuitivamente* ese “sistema” (fantástico) superando (no dialécticamente, sino afectivamente) la heterogeneidad de las reivindicaciones» (Pardo, 2016: 265) del aparato hegemónico de la economía emocional.

Los escritores que se han aproximado a este paisaje mediático «consideran no sólo la presencia literal del lenguaje, oral o escrito, en la infosfera, sino, más allá, los presupuestos que la constituyen, entendidos como presupuestos específicamente discursivos⁹¹» (Porta, 2010b: 63). Es por esta razón que el escritor

⁹⁰ Según Porta el ámbito de los *media*, o el *mediascape* (paisaje mediático), «designa el conjunto de iconos y representaciones tecnológicamente producidas que constituyen la esfera del consumo y la información. En el *mediascape*, que percibimos como una Naturaleza® de segundo grado, la diferencia de género o de intencionalidad entre los contenidos se diluye en un espacio envolvente» (Porta, 2010b: 61).

⁹¹ El hecho de que los *media* puedan ser descritos cual discursos, es decir, textos en los que se mueve una dicotomía lógica subyacente y estructural, posibilita el desvelamiento de la dinámica oculta tras su

afterpop juega con la oposición de la *alegoría moderna* y el *fragmentarismo posmoderno* (Porta, 2010b: 63). Una de estas formas en las que se manifiesta la dinámica Afterpop es la que señala Porta como primitiva, aunque yo le daría el nombre de visceral o aparatosa, ya que

si el género distintivo de la estética pop es el espectáculo [...], el primitivo [o el visceral/aparatoso] irrumpe en él como un elefante en una cristalería, presentándose como lo que Guy Debord llamó el factor permanente que subyace «bajo las modas visibles que desaparecen y reaparecen en la superficie fútil del tiempo seudocíclico» espectacular (Porta, 2010b: 68).

Esta mezcla muestra el posicionamiento de lo afterpop como violentación del lugar de lo pop, que más que resonante al situacionismo lo que hallamos es el *retorno de lo reprimido* en su característica carga agresiva. El papel del *bruto* también es tomado por aquel que disfruta de todos los objetos de consumo ofrecidos por el mismo pop, pero al mismo tiempo esconde una perversión obscena cuyas consecuencias son las del crimen o actos que van más allá de la ley. ¿A qué se debe? Simple y llanamente, el bruto afterpop conserva su relación con la cultura pop y al mismo tiempo la desborda. De entre los ejemplos que propone Porta en un capítulo titulado *Tus filias son pop, tus fobias son pulp* (Porta, 2010b: 70-72) el que mejor representa lo dicho hasta ahora es el de Patrick Bateman en *American Psycho* novela escrita por Bret Easton Ellis. Bateman, como señala Porta, en uno de los capítulos comenta *apasionadamente* la discografía de sus dos grupos favoritos, Huey Lewis and the News y los Genesis post-Peter Gabriel. El hecho de que en la descripción no solo combine comentarios críticos blandos característicos del pop sino que además le agregue una pasión que hace del producto de consumo cultural una forma de vida

estetización por ende persuasión afectiva de los media. De algún modo la imagen que se me muestra más fiel a esta concesión es la que se presenta en el filme de John Carpenter *Están Vivos* basado en un relato corto de Ray Nelson titulado *Eight O'clock in the morning (Las ocho de la mañana)*. El *quid* de la película al que me refiero es al momento en el que el protagonista, John Nada, utiliza unas *gafas modificadas* que le permiten ver todo el aparato de manipulación, los mensajes subliminales, que se hallan detrás no sólo de los media sino del dinero, las personas, las instituciones, hasta incluso las rejillas de alcantarillado. Este desvelamiento, por poner un ejemplo, puede verse en el momento en el que John con las gafas puestas dirige su mirada hacia un cartel que ofrece unas vacaciones de ensueño en una playa paradisíaca con una mujer tumbada al sol bajo unas palmeras ondeando sobre ella y lo que él contempla es un mensaje en blanco y negro (véase la resonancia con la dicotomía textual) en el que hay escrito “Casaos y Reproducos”. Evidentemente hay montones de ejemplos que hacen referencia a toda la sociedad de consumo, pero como se puede atestiguar esta película cabría dentro del marco de *lo afterpop*.

integrada perfectamente en su vida. Bateman, a través de estos dos grupos de música comentados desde un discurso naif del *modelo ideal de consumidor* «vive y siente los mensajes publicitarios al pie de la letra, con una intensidad que ni siquiera un fan podría sentir» (Porta, 2010b: 71). Esta conducta desvela el carácter subyacente del entusiasta del pop: sumergido absolutamente en la dinámica de éste, al tomárselo *al pie de la letra*, la perversión emerge desde las profundidades del goce. Por ponerlo con términos psicoanalíticos resonantes del capítulo precedente, Patrick Bateman o la conducta del bruto afterpop, se podría caracterizar como el triunfo del inconsciente sobre la sana distanciaci3n ir3nica que mantiene al deseo del sujeto precisamente como administrador del goce. En el momento en el que Bateman comete los asesinatos sufre episodios psic3ticos en los que habla el pop m3s que 3l mismo. El Otro, constituido por las relaciones y construcciones inconscientes del sujeto en relaci3n con la cultura se ve trastocado precisamente por un reconocimiento absoluto con el Gran Otro⁹² de la din3mica pop. La distorsi3n se da en el momento en el que Bateman en vez de tomarse el pop como estilo de vida lo convierte en forma de vida, sistema de creencias que legislan la conducta del sujeto en sociedad, dando como resultado un hombre sumido en la competitividad salvaje, una preocupaci3n total por la moda y el estar a la 3ltima, y mostrar constantemente superioridad ante el resto entre otras⁹³ (Porta, 2010b: 70-71).

⁹² Slavoj ŹiŹek seÑalar3 que este Gran Otro se constituye mediante la supresi3n del yo-ideal del inconsciente (la figura de la identificaci3n simb3lica), a trav3s del salto de la figura simb3lica del amo a una imaginaria de 3ste, cuyas consecuencias las describe ŹiŹek como que «da inevitablemente paso a su anverso monstruoso, a la figura superyoica del omnipotente genio del mal que controla nuestras vidas. En esta figura, el imaginario (la apariencia) y lo real (de la paranoia) se juntan, ante la suspensi3n de la eficiencia simb3lica» (ŹiŹek, 2010: 105). Dicho con otras palabras, la inscripci3n de la figura autoritaria en lo simb3lico, al estar coartada, es decir, las formas de autoridad est3n relajadas y “no exigen”, se presentan desde el 3mbito de lo imaginario en el cual la figura autoritaria se suplanta con “posibles” mandatos, posibles amos, todos gestados desde el 3mbito de lo imaginario, de ah3 que la paranoia, como seÑala ŹiŹek pueda ser una de las salidas ante la falta de un representante f3ctico de la autoridad. Tal y como apunta ŹiŹek, a los ciudadanos «se les conmina a ser lo que son, a responder a sus idiosincrasias m3s 3ntimas; se les permite ignorar las normas sociales del vestir y del trato (s3lo se ciÑen a unas pautas b3sicas, de distante tolerancia hacia la idiosincrasia de los dem3s» (ŹiŹek, 2010: 106). En esta din3mica, la sobre exigencia de s3 mismos, y los consecuentes castigos, llevan al sujeto a ser su propia figura paterna, muchas veces asimilando dicha figura como la de un dictador s3dico. En el campo de las relaciones esto se constata en la t3pica conversaci3n que mantiene un matrimonio en el cual la mujer le pregunta al hombre si quiere acompaÑar a ver a su hermana, s3lo si 3ste quiere y tiene ganas, ante lo cual si 3ste responde negativamente la mujer le responder3 algo as3 como «¡C3mo puedes decir eso?! ¡C3mo puedes ser tan cruel?! ¡Pero qu3 te ha hecho mi pobre hermana para que la detestes as3?! » (ŹiŹek, 2010: 108).

⁹³ Georg Simmel, nombrado por Lipovetsky, seÑala lo mismo que Porta: «la moda es ese fen3meno social que obliga a ser como los dem3s, a seguir la corriente y al mismo tiempo a diferenciarse, a destacar, a

Pero esta filia que muestra Bateman con el pop no es el único modo en el que lo afterpop se nos muestra sino que también en la cultura se dan ejemplos fóbicos de la misma, como por ejemplo el caso de Cayce Pollard, protagonista de la novela de William Gibson titulada *Mundo Espejo (Pattern Recognition)*. En ella la heroína del escrito sufrió una experiencia traumática con el muñeco de la marca de Michelin a los seis años, lo cual se deriva a lo largo de la novela en reacciones violentas antes distintas marcas corporativas del *star system* pop (Porta, 2010b: 71). ¿Cuál es, a fin de cuentas, el movimiento que hacen ambos personajes? Porta responde alegando que

la aparición de una nómina o enciclopedia de referentes [los comentarios de Patrick sobre los objetos de consumo y las descripciones de Cayce] junto con la puesta en escena de una reacción pánica [los distintos asesinatos de Bateman o las agresiones de Pollard] constituyen el doble movimiento, de análisis y repulsión, que define a la literatura como crítica de la cultura: *historizar* la cultura contemporánea (por medio de un archivo seleccionado de sus casos) e *histerizarla* por medio de la crisis fóbica (Porta, 2010b: 72).

Tras esta modalidad en la que se presenta lo afterpop propone por último otra bajo el nombre de *personificación*. ¿En qué consiste? En ella se mezcla una descripción introspectiva y una dinámica comercial pop (Porta, 2010b: 73). Dicho con otras palabras, la personificación intenta hacer explícita la dimensión del objeto de consumo y la identidad que emerge de él, la identidad o subjetivación que habilitan dichos objetos. El objeto de consumo no es consumido por el sujeto sino que el sujeto se deja consumir por dicho objeto. La personificación se caracteriza por dos aspectos clave; por un lado dichos objetos que son descritos se presentan de forma espectral, es decir, objetos que son sagrados para el protagonista pero al mismo tiempo son deconstruidos. Un ejemplo de esto lo dispone Porta sacado de la sección 85 del libro de Félix Romeo *Dibujos animados* en el que empieza diciendo: «"Mi tío se hizo un televisor a color a piezas"» (Porta, 2010b: 73). Aquí el objeto de consumo predilecto por el pop, el televisor, es mostrado con decepción y horror por el protagonista al constatar que el objeto se puede elaborar de forma artesanal. Otra modalidad es la objetivación del sujeto en el objeto de consumo ya que éste es el soporte material de su

afirmar una singularidad. En la moda, el conformismo relativo a la estructura de conjunto de la indumentaria se combina con cierta libertad individual en la elección de pequeños detalles, motivos de adorno y otras variante periféricas» (Lipovetsky, 2016: 163).

identidad, como si fuese parte constitutiva de su cuerpo. Justamente ésta última modalidad de la personificación puede escucharse en la cotidianeidad de los media al tomar los objetos de consumo ofertados como representantes de la individualidad del sujeto en plena era del espectáculo. Pero precisamente sucede lo contrario, el sujeto considera (irreflexivamente) que el objeto, el ser propietario de él, proporciona una característica fundamental de su personalidad, cuando realmente él mismo está siendo consumido por el *habla* del objeto. Es decir, los signos hallados en el objeto de consumo hablan por el individuo, narran su historia, de hecho, la conforman⁹⁴. Un ejemplo claro de esto sería el recorrido de una biografía por etapas relacionadas descriptivamente con algún objeto de consumo que le sea característico.

Lo afterpop queda pues representado en la expresión artística como una superación crítica del pop que lo *embrutece* hasta su más visceral expresión o lo *personifica* para señalar la relevancia, por dislocación del sujeto, que han tenido los objetos de consumo en el transcurrir de una vida.

Siguiendo con la lectura Porta dirige su mirada hacia el ámbito publicitario para intentar responder una simple pregunta: ¿Qué quiere/busca la publicidad? Más allá de la respuesta fácil que sería que el espectador compre el objeto publicitado a través de *fantasías de ilegalidad* o la *erótica del mal* típica de estos Porta señala que en su análisis buscará aquello inefable en la forma publicitaria, justamente desentrañar qué es lo que sucede cuando el sujeto ve un anuncio y pierde de vista que se trata de una inducción a la compra, es decir, sabiendo que cualquiera no compra el producto publicitado porque su presentación le guste ni porque las indicaciones que dé sean las más distintivas del resto, el sujeto compra por otra motivación, justamente como señala Porta el consumidor *no hace caso* de la publicidad, *el conocimiento de la publicidad nos exime de su cumplimiento* (Porta, 2010b: 83). Una primera interpretación sería que el objeto publicitado se presenta como objeto prohibido, es decir, se muestra de forma negativa, como perteneciente a un rango de inducción desvelada. Es más que

⁹⁴ Han incluso dirá que estos objetos (ya mejor diría sujetos) de consumo se presentan como motivadores, cargados de iniciativa y proyecto, ocultando bajo de sí una explotación más eficaz que «el látigo y el mandato» (Han, 2014: 19). Hasta incluso dirá, y está más allá de lo que estamos tratando ahora mismo que «el sujeto del rendimiento, como empresario de sí mismo, sin duda es libre en cuanto que no está sometido a ningún otro que le mande y lo explote; pero no es realmente libre, pues se explota a sí mismo, por más que lo haga con entera libertad» (Han, 2014: 19).

evidente que la publicidad pretende que se compre lo que publicita por ello el espectador sabe que le están induciendo a que lo compre, cual imperativo, pero precisamente lo que sucede es lo contrario, el consumidor es *perverso* por el simple hecho de que el motivo de su decisión de compra viene motivado por sí mismo, y lo que ve en el objeto de consumo es precisamente la posibilidad de satisfacer su perversión más allá del imperativo del anuncio: ¡Consume! Porta dirá que

ese *otro* de la publicidad [la manifestación de la promesa de cumplimiento de la perversión del sujeto, su imposible] debe ser inequívocamente sugerido pero no representable como tal, y marca el límite de la representación publicitaria. El sublime objeto de la publicidad no es, como podría pensarse, el sexo: y no porque el sexo sea *asequible* o porque su comercio sea ilegal, sino porque la sexualidad sí es renovada por leyes (ahora se puede ser gay) y buena parte de los espectadores cree que existe una relación entre progreso histórico y liberalidad sexual, y esta falacia histórica fija en el inconsciente del espectador una noción posible de un *último modelo del sexo* (Porta, 2010b: 84).

Justamente hay algo más que la expresión sexual como aquella promesa de cumplimiento de un imposible y es, tal como señala más adelante el mismo Eloy, el vacío. ¿A qué se refiere con esto? El vacío es el desplazamiento del imperativo consumista de la publicidad por la introducción de una narrativa negativa, es decir, muestra el aspecto pútrido y brutal de los efectos del no-consumo. La imposición del imperativo publicitario por consumir precisamente lleva la instauración de la ley y así la ubicación de su contrario, la perversión. Dicho con otras palabras, el anuncio publicitario es una llamada a la responsabilidad del sujeto por el mantenimiento de su deseo a través de los objeto de consumo. Pero, ¿por qué vacío? Porque lo que sucede es que no se habla del objeto de consumo como muestra de la satisfacción de lo imposible sino precisamente como asunción de un lugar de consumo responsable, normativizado, de buena calidad ética. De algún modo estos objetos no buscan que los sujetos los compren para cumplir sus fantasías eróticas más banales sino precisamente se dispone el objeto por encima de ello como el triunfo sobre todo tipo de perversión. Paradójicamente el perverso busca en el fondo establecer su ley, y en tanto que estos objetos se muestran *como* el zénit de la ley (puesto que tienen la potestad de señalarse a sí mismos como objetos de consumo por encima del resto de productos) tienen la posibilidad de cumplir con dicho deseo inconsciente. Los objetos de consumo son

objetos que permiten la identificación de la perversión del sujeto en tanto que éstos le habilitan socialmente distinguirse positivamente como portador de la ley⁹⁵. Lo que se halla pues bajo todo deseo publicitario es la inducción del espectador en pos de su empoderamiento legislativo e impositivo, lo cual como se pudo ver en el ejemplo de Patrick Bateman en *American Psycho* éste imbuido en la cultura pop ansía escalar socialmente dentro de un sistema que lo potencia a medida que más obediente se muestra. Bateman juega al rey de la colina de los objetos kitsch y en ese jugar la psicosis aflora en sus distintas matanzas y actos compulsivos. Por lo tanto lo que se puede ver en la publicidad es un acercamiento entre la instancia del poder oficial, que sería el medio publicitario del mediascape, y la banalización de las formas de vanguardia, el desplazamiento o vaciamiento, del objeto publicitado en pos de promesa de cumplimiento de la perversión del sujeto: imponer su propia ley⁹⁶. Esto mismo lo sostiene Pardo cuando haciendo una lectura del *Anti-Edipo* de Deleuze y Guattari señala que los movimientos revolucionarios se hacen por deseo no por deber, y este deseo es justamente el deseo de imponer un deber, una nueva ordenación de los afectos, de

⁹⁵ Una muestra de esto la encontramos en el comentario que hacen Heath y Potter al comentar un anuncio de Volkswagen que a través de la incorporación de la ideología hippie de los años 70 en los anuncios que publicitaban sus coches Escarabajo provocando que en los años 80 hubiese un aumento de consumidores precisamente por estos que en su momento habían desvelado que la sociedad de consumo era una trampa para “volver al sistema”. Además añaden que cada generación tiene su propio objeto de consumo predilecto ya que ha captado los principios fundamentales de los movimientos culturales del momento (Heath & Potter, 2005: 12). «El capitalismo consumista fagocita todas las experiencias humanas auténticas, las transforma en un producto consumible y nos las revende a través de la publicidad y los medios de comunicación» (Heath & Potter, 2005: 16).

⁹⁶ Algo similar comentan Heath y Potter al señalar los movimientos contraculturales feministas de los 70. En ellos las mujeres buscaban *abolir* las leyes impuestas por los hombres cuya representación se veía claramente en todo el aparato jurídico y en la conducta “normal” en los medios de comunicación y entretenimiento. Como señalan ambos, la primera oleada de feministas fracasó en el momento en el que pretendían abolir las normas establecidas en lugar de *reformularlas*, ya que como explican la gente no quiere vivir en un lugar *ausente de normas* sino que por el contrario debe haber un lugar en el cual la ley pueda ser impuesta como modo de conducta, un mínimo moral que organiza el espacio social. Otro ejemplo que ponen es el caso de la revolución sexual de los mismo 70 en los cuales se destruyeron todos los convencionalismos sexuales tradicionales pero sin poner en su lugar algo nuevo lo cual «dejó un vacío absoluto [...] la consecuencia no fue la liberación, sino el infierno» (Heath & Potter, 2005: 82), ya que se tenían que inventar soluciones nuevas a los problemas en la sexualidad adolescente. Y comentan acertadamente que «la ausencia de normas establecidas implicaba que nadie sabía qué esperar de nadie» (Heath & Potter, 2005: 82).

imponer un Yo que ha quedado abyecto como es, según el ejemplo extraído de Pardo, el de la *clase trabajadora* desarrollada por Karl Marx⁹⁷ (Pardo, 2016: 251).

Esto nos deja con la premisa que Porta señala en el mismo capítulo que el perverso al ver en el objeto de consumo la promesa de legislar hace de éste un drogadicto *responsable*. ¿A qué se refiere con esto? El consumo de distintos productos culturales satisface un discurso en el que el sujeto se engarza en pos de cumplir con éste mismo. El anuncio publicitario ubica al sujeto en la ideología dominante, sea la que sea la tendencia cultural del momento, y vincula el objeto con ésta. De algún modo la publicidad da la oportunidad al sujeto de disfrutar de lo universal cultural en la particularidad del objeto de consumo ofertado, de ésta forma la participación es social plenamente. El consumidor ve en estos objetos de consumo algo que, vuelvo a repetir, le habilita legislar su vida desde el secuestro por lo social de dicho concepto. El hecho de que Porta señala que el sublime objeto de la publicidad sea la droga⁹⁸ se refiere principalmente a que el consumidor quiere mantener su *colocón* colocándose con estos objetos, es decir, el sujeto se ubica en sociedad, da lugar a su ley, mediante ciertos

⁹⁷ La revolución que se pretendía llevar a cabo por la clase trabajadora fue perdiendo fuele desde el momento en el que se empezaron a conceder *derechos sociales* dentro del mismo Estado, es decir, con el nacimiento de los *Estados del Bienestar* el marxismo fue perdiendo adeptos viendo que poco a poco el Estado moderno entendía las necesidades de una clase trabajadora agotada y pobre. De esta forma el poder siguió siendo monopolizado por los estados de derecho que aseguraban por ley la manutención de la “felicidad y orden” de los que invierten su fuerza de trabajo. Así los trabajadores cambiaron su deseo revolucionario por revolucionar sus deseos en el plano ficcional del derecho (Pardo, 2016: 254). En este proceder se revela una verdad que el mismo Freud señalaba, y es que «todos vivimos sustentados en engaños que son, en realidad, *auténticos* autoengaños» (Pardo, 2016: 261). El estado de derecho, al igual que el marxismo y demás, se fundamentan en un *significante vacío* que moviliza a la población. En el caso del marxismo es el sujeto clase obrera, en el derecho es sujeto con derechos naturales o patrióticos o humanos, etc... El *significante vacío* es un acto fundacional que, al igual que el soberano de Carl Schmitt, insta una ordenación de la historia y su progresión en un provenir incierto que requiere de la movilización de, como señala Ernesto Laclau, un *pueblo*, lo común, la persecución de un objeto imposible (Pardo, 2016: 266).

⁹⁸ Lipovetsky nombra como *droga* el modelo de ligereza y liviandad que ofrece la economía emocional a lo largo de todo un capítulo señalando justamente la conducta toxicómana que se desprende de la oferta de mercado (Lipovetsky, 2016: 329-332). Lo mismo sucede con Zygmunt Bauman al comparar la droga como la que contiene por un lado el padecimiento y al mismo tiempo la cura, veneno y antídoto, refiriéndose a que el *homo sexualis* lanzado a perpetuo movimiento inmutable y permanente está siempre arrojado a satisfacer sus experiencias sexuales siguiendo distintas narrativas ancladas a la cultura del consumo en lugar de reconocer que la sexualidad no es un estado a mantener sino un proceso «minado de ensayos y errores, de azarosos viajes de descubrimiento y hallazgos ocasionales, salpicado de incontables traspies, de duelos por las oportunidades desperdiciadas y de la alegría anticipada de los succulentos platos por venir» (Bauman, 2015: 80).

objetos de consumo. Si éste es responsable es precisamente porque su pulsión consumista, metonímica, consiste en repetir siempre el mismo gesto anclado en una tendencia inconsciente perversa. En el ejemplo previo sobre Patrick Bateman se puede apreciar como él pertenece a un tipo de discurso por el cual *discurre*, un determinado uso responsable de los objetos a los que es adicto. Bateman está alienado por las imágenes que emergen del discurso en el que se halla, a las cuales sin darse cuenta es adicto, y siempre que ve una representación de éstas en cualquier publicidad, se ve reflejada la perversión alienante que habita. De todas formas, en el caso de que Bateman viese un anuncio publicitario y se identificara, es decir, no fuera un simple *me gusta este producto*, no vería la promesa de cumplimiento de la perversión sino lo que vería es el mismo resultado y la muestra del valor del objeto (Porta, 2010b: 94). Pero aún hay más, el objeto mismo de consumo se hace ley obligando al mismo sujeto a que éste lo disfrute necesariamente. No basta con la simple adquisición del producto sino la integración de la misma orden que llevo al individuo a su compra. La instancia del superego, donde el orden y la ley se hallan, dice que «no basta con cumplir con el deber: ese cumplimiento debe ser integrado en [el] sistema de gustos y preferencias» (Porta, 2010b: 94). Porta señala que una forma en la que este circuito cerrado se podría cancelar o que entrase en bancarrota sería precisamente en la aceptación del *deseo otro* del mismo discurso provocando una repulsión contraria a la ley de placer y deber que emergen del objeto (Porta, 2010b: 95). ¿Cómo se realiza esto? Simple y llanamente con las figuras de lo Afterpop que presentan precisamente estos objetos de consumo desde su mismo discurso de forma embrutecida o personificándolo. La expresión Afterpop como crítica intenta enfrentar el deseo de consumo con el horror de lo real⁹⁹: ir más allá del fantasma y presentar el objeto *a* para que el deseo deje lugar al goce¹⁰⁰. En este

⁹⁹ Byung-Chul Han ve esto como la *dialéctica del desastre* que se caracteriza como el procedimiento por el cual el Yo es arrancado de sí mismo y «desinteriorizado hacia un *afuera* atópico, es des-limitado y desvaciado. Este acontecimiento desastroso, esta irrupción del *afuera*, de lo *totalmente otro*, se realiza como un des-propiar (expropiar), como supresión y vaciamiento de lo propio; a saber, como muerte» (Han, 2014: 18).

¹⁰⁰ Una de las representaciones más directas sobre la aparición “el horror de lo real” es el género del terror, y me gustaría hacer mención del subgénero fílmico de terror llamado *Slasher*, en el cual el filme nos sitúa en un lugar común, como puede ser un vecindario de clase media o una casa de vacaciones en la playa o lago, siguiendo las típicas costumbres de un grupo de jóvenes o una familia, de repente entra en escena la figura de *algo* (puede ser presentado desde un asesino serial hasta una criatura alienígena, incluso en una película reciente titulada *It Follows* lo que persigue a los jóvenes de la película es una entidad invisible) que entra abruptamente provocando la muerte de algunos de los miembros o su

sentido, Porta se centra en la figura del drogadicto como aquel que, fagocitado por la publicidad, se deja consumir por los objetos llevado por el imperativo del placer y la ley discursivo¹⁰¹. Nombrando a distintos autores Porta señala que

si el drogadicto es señalado como síntoma del mal social, *hay que disfrutar el síntoma* para que éste se revele como la unidad básica que anula el sistema de la normalidad (Lacan); si el placer domesticado es la marca de la aceptación de la sociedad, el goce la hará entrar en metástasis (Žižek); si el objeto te gusta, conviértete en él (Cronenberg) (Porta, 2010b: 102).

Así el sublime objeto de la publicidad es la droga, representada en los objetos de consumo anclados a una línea discursiva de la sociedad. El drogadicto pues *representa un papel* antes que asumir las condiciones reales en las que vive. Éste ve realizado su deseo inconsciente de ser protagonista (de ejercer la ley dada por el mismo discurso social) dejándose a cargo del dictamen del Gran Otro, el traficante (de subjetividades), el cual decide cuales son los modos más aceptables (y alucinantes). No se trata tanto de una elección, no es adquirir uno u otro producto a fin de cuentas, sino descartar lo que es más asequible para mantener la relación con el Gran Otro. Es una decisión que implica más bien la manutención de la economía libidinal del sujeto atorada en los límites de lo *publicitariamente aceptable* (Porta, 2010b: 115). Visto esto, el enemigo de la publicidad es precisamente aquel que proviene desde otra ubicación, un meteco, que se muestra como autosuficiente que no tiene nada que ver con el circuito cerrado de la publicidad. La autosuficiencia mata la dependencia por estos objetos, puesto que el autosuficiente se hace cargo de su propia perversión.

En relación a esto Porta ofrece un apunte bastante interesante que precisamente señala que la televisión, los medios de comunicación, la publicidad, y el espectáculo visual en general, son portadores no de una *cómica farsa* o una *ficción pobre*, sino precisamente se revelan como una *terrible verdad* o *terrible certidumbre* ya

desaparición, alterando todo el orden simbólico e imaginario de la escena dejando paso al traumático encuentro con lo real. En estos filmes suele triunfar el que se apropia de la aparición de este real encarnado en un personaje precisamente porque lo *comprende*, y por lo tanto, lo supera haciéndose de él.

¹⁰¹ Lipovetsky, siguiendo la línea de Porta, señalará que «la verdad es que la ligereza es ante todo, como hemos visto, una necesidad psicológica fundamental y universal, que corresponde a la necesidad de espaciarse, divertirse, reducir las tensiones de la vida. En este contexto, y sea cual sea su «pobreza» o su insuficiencia ética, la experiencia de la ligereza es deseable y buena» (Lipovetsky, 2016: 75).

que estos son los dispositivos desde los cuales se da cuenta de las ficciones que conforman el consumo, la belleza, la clase o el orden social¹⁰² (Porta, 2010b: 145). Las imágenes que proliferan en la sociedad del espectáculo delimitan la definición de todo proceder sentimental de los individuos que la conforman a través de estos repetidores. Para poder hacer una imagen de lo que implica esto se podría presentar a los media como una máquina a la cual se le disponen ficciones de todo tipo. Las formas de comunicación se mejoran con el progreso tecnológico del mismo modo que la publicidad sintetiza cada vez mejor el factor *droga* del que hablaba más arriba.

Dejando de lado el análisis sobre los medios publicitarios, pero continuando con lo Afterpop, Porta propone una interpretación de la literatura ciberpunk. En este capítulo desvela distintos signos que en ella se encuentran, pero mayoritariamente se centra en las descripciones futuristas que estos escritos contienen. En este tipo de literatura se halla una crítica de lo pop a través de distintos modos de presentación del presente estirándolo hasta sus últimas consecuencias. Las visiones de este futuro son tanto utópicas como distópicas, sucias como limpias, totalitaristas como primitivistas... Todas estas “visiones” están cargadas evidentemente de un carácter ideológico concreto, es decir, quieren transmitir una preocupación presente cómo pueden ser los peligros del progreso tecnológico y los coqueteos con el nacionalismo, la pérdida total de unidad en referente a lo humano por el triunfo de los androides y la inteligencia artificial, la vida en la tierra tras el colapso apocalíptico de la civilización y la supervivencia de lo humano en un entorno hostil, etc¹⁰³... A lo largo del capítulo que

¹⁰² Está visto esto también en el ámbito de la política en la cual los dirigentes y miembros de los partidos políticos ya no centran sus estrategias de comunicación en la capacidad oratoria y la defensa de sus programas electorales, sino que ahora, como apunta Lipovetsky, éstos se someten a sesiones de *media training* «en las que les dan consejos sobre cómo hablar, cómo moverse y cómo presentarse» (Lipovetsky, 2016: 297). Esta distinción queda patente en una serie titulada *House of Cards*, en dicha serie se muestra como la política consiste especialmente en la manutención de la máscara mediática, justamente el título muestra la fragilidad de dicha máscara, una *casa de naipes* en constante vigilancia y reconstrucción.

¹⁰³ Tal y como apuntan Heath y Potter, haciendo una lectura desde Theodore Roszak y Charles Reich, ven en el progreso tecnológico, a raíz de la sociedad industrial, uno de los males que padece la sociedad moderna en adelante. Estos señalan que la aplicación técnica en las sociedades, la llamada *tecnocracia*, implica no solo una estructuración jerárquica y burocrática inherente a toda sociedad moderna sino que además, debido a la aplicación tecnológica, la gubernamentalidad de la población por los dirigentes políticos será justificada a través de tecnócratas, «expertos técnicos, que a su vez se justifican valiéndose del conocimiento científico» (Heath & Potter, 2005: 330). El problema que ven es que las premisas de la tecnología y el progreso científico (eficiencia, estandarización y división de trabajo) se habían establecido como principios sociales. En páginas más adelante, Jacques Ellul menciona que esta incrustación de

le dedica Porta al estudio de distintos autores saca muchas conclusiones parciales, pero creo que hay una que merece la pena ser sacada a colación y es precisamente aquella que carga la época pop de un pronóstico cerrado sobre sí mismo¹⁰⁴. La consigna pronunciada a los cuatro vientos de “No future” por la banda de punk *Sex Pistols* desvela toda la dinámica pop, ya que como ya explicité en los párrafos anteriores el consumo de publicidad lleva a los sujetos a la repetición de un gesto de compra cual drogadicto. Este consumo repetitivo no tiene en cuenta el futuro, o en tal caso sí lo tiene es por la ficción del discurso que atraviesa todo el objeto de consumo, ya que la materialidad del acto está anclada a la dinámica del propio capitalismo que es que la rueda del consumo, el dinero, fluya, de ahí que el dinero deje de ser material y pase a ser un mero computo digital en el cual se advierte de la cantidad de dinero que se posee, y al mismo tiempo la introducción de distintos modos de compra: tarjetas de crédito y débito, el novedoso *contactless* en el que sólo pasando la tarjeta sobre el datafono la transferencia se realiza, etc... Cada vez más velocidad y facilidades a la hora de comprar. Evidentemente el caudal de productos que podemos adquirir online también forma parte de este proceso de perfeccionamiento tecnológico, de hecho la tienda online *Amazon* recibe su nombre del mismo río Amazonas, ya que precisamente lo que

valores acabará por gestar al hombre-máquina afectando a todos los sectores de la sociedad. La tecnología como comenta no es un instrumento neutro sino que ésta «socava sistemáticamente nuestra libertad, autoridad y autonomía al limitar nuestro concepto de mente y la razón» (Heath & Potter, 2005: 332). A pesar de las críticas de estos tres autores y demás que son nombrados, muchos coinciden en que la tecnología puede ser problemática al ser introducida en la sociedad pero también puede ser parte de su solución, de hecho Herbert Marcuse y Murray Bookchin señalan que con la tecnología podemos alcanzar la utópica sociedad cuyos cimientos se hallan en la *economía de la posescasez*, la cual señala que el desarrollo tecnológico se había desarrollado lo suficiente como para cubrir las necesidades básicas de la población (Heath & Potter, 2005: 335). Esto llevaría a la paulatina degradación del sistema capitalista y la cultura de masas permitiendo una emancipación y autonomía nunca antes vista, pero el núcleo duro contra el que no pudieron luchar Bookchin y Marcuse fue la jerarquización de la cultura de masas (Heath & Potter, 2005: 336).

¹⁰⁴ En la era de la hipermodernización, como apunta Lipovetsky, la fe en el porvenir, en el progreso, han caído debido a «las dos guerras mundiales, los horrores del nazismo y el comunismo, la Shoah, el Gulag y más tarde los “desgastes del progreso“» (Lipovetsky, 2016: 299). Estas causas han provocado la retirada del interés ideológico de un porvenir y la entrada mayúscula a la ideología enbuclada en una perpetua manutención del presente, una burbuja que en contraposición a las crisis humanitarias, y alimentada por éstas, subsume a las sociedades contemporáneas en una actitud ligera ante la existencia, que paradójicamente se muestra como una exigencia. «Vivir mejor aquí y ahora y no en un futuro lejano: el universo materialista y hedonista de lo ligero es lo que ha acabado con las visiones titánicas del progreso» (Lipovetsky, 2016: 299). A fin de cuentas lo que se tiene es la yuxtaposición de una subjetividad más individualista, con más libertades, pero al mismo tiempo una inseguridad galopante que pasa desapercibida en/por los distintos fragmentos de lo que en *Un Mundo Feliz* Aldous Huxley llamaba *soma* ofrecido, diseminado, por la economía emocional.

pretende la misma empresa es llegar a todos sitios teniendo un caudal tan amplio como el del mismo río. Esto lleva a la literatura, y al cine, a presentar obras cuya temática se presenta en un futuro (lejano o no) en el que esta dinámica de consumo pop realmente no gesta en el fondo ningún futuro más que el de la entropía. Por esta razón muchos autores se han posicionado en un lugar de la crítica *futurista* que podría tomarse como *racista* o la *exaltación de la pureza de raza* haciendo referencia al triunfo de las máquinas sobre la humanidad y la dinámica capitalista. Un autor que refleja este pensamiento es el escritor Filippo Tomasso Marinetti quien señala que la aplicación de la tecnología como poder político superior, una tecnocracia, solventaría todos los problemas con los que la sociedad de consumo se encuentra. Por contrapartida hay otros autores que piensan distintamente a Marinetti como es el caso de Philip K. Dick autor del famoso libro de ciencia ficción *¿Sueñan los andróides con ovejas mecánicas?*, libro que tuvo su adaptación cinematográfica de la mano de Ridley Scott bajo el nombre *Blade Runner*. En esta obra los escenarios son presentados como *reservas de basura* (Porta, 2010b: 192), en los que proliferan todos aquellos elementos que la pureza moderna de Marinetti no podría llegar a tolerar: «el mestizaje, la mezcla, el vaivén entre hombre y máquina y, sobre todo, lo animal, que está desapareciendo del mapa terrestre para convertirse en autómeta» (Porta, 2010b: 192). En todo este experimento futurista lo afterpop emerge como la pregunta que proviene desde afuera, como un glitch en la misma imagen pop para cuestionar la verdad que contienen dichas imágenes dándole un lugar alternativo al futuro que se desprende de las sociedades de consumo. Nuevamente pretenden presentar el horror de lo real pero esta vez presentándose como aporía, como dificultad lógica insuperable que acaba presentándose o bien como la extinción definitiva de la humanidad, el abandono del progreso tecnológico, la asunción del destino incierto de la cultura pop, o cualquiera que sea el objeto de crítica. Sumándose a esta tendencia crítica Tiqqun mencionando una intervención del 1966 por Herbert Marcuse titulada *Sobre el concepto de negación en la dialéctica* señala que la verdadera negación proviene desde *a fuera* y no desde *el interior* como la costumbre hegeliano-marxista suele concebir la negación en la dialéctica. Dirán que

la puesta en escena del enfrentamiento social en el seno de la totalidad, característica del movimiento obrero, no constituye sino un dispositivo mediante el cual SE

congela el acontecimiento, previniendo su irrupción *en el exterior* de la verdadera negación (Tiqqun, 2014: 37).

Continuando con la lectura que Porta ofrece de las tendencias de lo afterpop presenta la literatura *avant-pop* la cual puede fácilmente definirse como la superación de la batalla del postmodernismo contra el fundamentalismo del realismo, ni «la aceptación paternalista del pop como síntoma de revulsión» (Porta, 2010b: 203) sino algo que está en la vanguardia y que Porta ve en la producción literaria de Mark Leyner sobre la cual describe como aquella que posee la calidad de siempre pero sin fundamentalismos, humorística, satírica y procaz, no politizada pero reprochable políticamente, continente de teorías, y de lectura ágil (Porta, 2010b: 203). El avant-pop perteneciente a toda esta corriente de lo afterpop conoce que el pop acepta cualquier obra para introducirla en su mecánica creando una justificación *ad hoc* sobre ella, por ello no necesariamente tiene que entenderla sino darle cancha aun no comprendiéndola ya que lo que quiere es tener constantemente algo nuevo que presentar (Porta, 2010b: 206-207). Lo pop pues hace lo que haría cualquier buen amante como compara Porta, ya que éste se encarga de hacer visible todo lo que otros ocultan, aunque para ello tenga que presentarlo hiperbólicamente ya que sigue las normas del espectáculo (Porta, 2010b: 207). Porta compara esta dinámica del pop, que ya se le veía venir, con el porvenir del sistema capitalista comentando que este

suplanta la importancia del saber transmitido –el saber clásico- por el caudal incesante de información, el *dato*, que está destinado a no durar y cuya esencia es que sucede *ahora*, en un presente sin continuidad. Esta incursión permanente del capitalismo en el *ahora* coincide –se confunde- con el objeto del proyecto vanguardista: el ahora concebido como momento de lo irrepresentable –lo que Lyotard denomina «el *now*»-. La estrategia del mercado y el proyecto vanguardista se unirían así en una búsqueda o plasmación de lo sublime (Porta, 2010b: 208)

¿Qué tiene que ver esto con el avant-pop? El pop, al ser visto desde esta perspectiva es superado por el avant-pop precisamente por la apropiación de éste. El gesto artístico de las vanguardias del avant-pop eleva a categoría de *obra maestra*, cual clásico, los restos desperdigados de lo pop justamente poniendo la tónica en la relevancia del *saber transmitido* utilizando el lenguaje pop, distorsionándolo lo suficiente como para que, aprovechándose de los referentes de la baja cultura, haga un

desplazamiento hacia los clásicos (Porta, 2010b: 209). ¿Cómo se sitúa pues el avant-pop frente al pop y sus referentes dinámicos con el capitalismo? El avant-pop se posiciona en otro lugar muy distinto al de la literatura posmoderna anti-esencialista en contra del realismo, éste en cambio lo que hace es revisarlo para constatar cuales son las constantes del capitalismo tardío y sumirse en ellas. Además de reformular la idea de *realidad* del realismo, se toman el capitalismo no como corruptor sino como que el mismo capital no sabe lo que vende y por lo tanto es portador inconsciente de contenidos subversivos (Porta, 2010b: 210). Un ejemplo de ello son películas como *Trainspotting* (1 y 2), *Elysium*, la trilogía de *The Matrix* haciendo hincapié en su segunda entrega, entre muchísimos otros filmes incluidos los géneros documentales con contenido subversivo. Lo mismo se halla en el apartado musical con bandas como *Radiohead*, *Arcade Fire*, *The Last Internationale*, *David Byrne* en solitario y con *Talking Heads*, por nombrar algunos dentro del ámbito del post-punk, new wave o indie-rock contemporáneo. El avant-pop pues, dentro de los géneros de lo afterpop, es

un movimiento cultural y social más que literario, y tiene su expresión estilística en lo que él denomina hiperficción: el texto concebido como agregación de fuentes, formas y registros, crítica a la vez que creación y forma vital más que producto *cultural* [...] el gesto *avant-pop* emplea como material de uso las verdades recibidas de la cultura y el mercado y las «manipula de forma similar al recurso situacionista del *détournement* empleando formas de la cultura de masas –género negro, terror, pornografía, etc.- para subvertir el mercado, alterándolas de forma subversiva, cargándolas de mensajes oposicionales y devolviéndolas a la cultura como virus informático»¹⁰⁵ (Porta, 2010b: 211).

Ante la cada vez menor capacidad de discernimiento del imperativo de vender del sistema capitalista, que recuerda al movimiento acéfalo de la pulsión como ya se vio en la sección dedicada al objeto *a*, el avant-pop emerge como un *dejar hablar* a lo vulnerable dentro de dicha dinámica productiva sin fin. Una de las figuras que emplea el avant-pop para señalar precisamente esto es la figura de la niñez. ¿Por qué? Porta ofrece hasta siete razones por las cuales la figura del niño en el avant-pop se hace relevante como conductor de la crítica en su expresión artística, considero que es importante señalarlas ya que reflejan un movimiento similar al proceder en la cura

¹⁰⁵ Porta extrae la cita de: Sukenick, Roland y Mark Amerika (1995) «Degenerative Prose: A Virtual Intro», en *Degenerative Prose*, FC2/Black Ice Books, p.8.

psicoanalítica en la cual el analista incide en aquello dicho en el mismo decir del analizante, es decir, en aquello que sin querer decirlo intencionadamente acaba por decir ante la figura del *ser-supuesto-saber* del analista que dispuesto como ingenuo acaba ocupando el lugar del portador de la *respuesta a todo el dolor psíquico*, aunque la respuesta a ello se halle en el mismo paciente. En este movimiento el psicoanalista señala la repetición en el acontecer cotidiano del analizante, que al igual de lo que señala Porta con esas siete razones¹⁰⁶, para dar cuenta de la lógica construida e interiorizada mediante la cual funciona el inconsciente del sujeto. Las tendencias de venta del mismo sistema económico quedan pues apuntaladas en la expresión avant-pop como marcas distintivas del pavor y el capricho típicos de la niñez ante la emergencia preocupante de los tiempos en los que discurre la oferta y la demanda reactiva y reproductiva en el mismo sistema añejo, y más que esto, senil. En esta “niñez” se muestran las dificultades contemporáneas que quedan marginadas bajo la capa naif de los productos de consumo como subtexto, con la ventaja de que los niños

ocupan la posición privilegiada de la sociedad de consumo, porque a falta de los escepticismos y mecanismos de defensa con que los adultos simulamos que *no nos dejamos engañar* por los cantos de sirena del mercado, ellos no necesitan fingir que mantienen una distancia crítica respecto del consumismo, y lo viven de manera más pasional y más intensa. Si el goce por excelencia de la sociedad de consumo es el principio de la novedad y de lo que Thomas Eriksen ha llamado «la tiranía del momento», nadie está más capacitado para disfrutarlo que el niño del nuevo milenio (Porta, 2010b: 259-260)

Lo que puede apreciarse también es la crítica de *lo adulto* que coloniza la vida infantil, asunto que Jacques Lacan¹⁰⁷ al igual que varios psicoanalistas pretendían con la terapia: desembarazar de problemas adultos a la niñez. Porta señala que esta tendencia de purificación de la adulteración infantil comenzó con los movimientos de antipsiquiatría de los años setenta, en los cuales encontramos teorías

¹⁰⁶ Las cuales se hallan en Porta, 2010b: 217-218.

¹⁰⁷ En particular, Jacques Lacan, una de sus primeras obras editadas fue titulada *La Familia* en el 1938 cuya aparición se adjuntó en el Volumen VII de la *Encyclopédie Française* a cargo de A. de Monzie cuyo tema general era “La vida mental de la infancia a la vejez”, tal y como apunta Oscar Masotta en el prólogo del mismo libro traducido al castellano. En este trabajo Lacan explora desde distintos campos de estudio como la psicología, la sociología y la antropología el estadio primordial de las formaciones del inconsciente: el núcleo familiar.

tan relevantes como la del *Antiedipo* de Deleuze y Guattari que pretenden con su *esquizoanálisis* disuadir todo rastro en el niño de cualquier complejo edípico freudiano permitiéndole *devenir-niño* (Porta, 2010b: 262). La literatura que se muestra bajo éste presupuesto varía su estilo entre lo *light* e *infantil*, y lo siniestro y difuso. Justamente un punto de inflexión en esta literatura se encuentra en la etapa de la juventud en la cual el paso a la adultez implica la aceptación o no de los presupuestos de la modernidad pop, o la posmodernidad antiesencialista. En medio de todas esas tribulaciones narradas se plantean los distintos lugares con los que el avant-pop juega dando una percepción de la juventud como un lugar de resistencia ante la contundencia de la cultura pop y todos sus dispositivos de repetición. Es por esta razón por la cual los relatos de familia del realismo pasan a ser relatos de ficciones creadas y mantenidas por el mismo seno familiar. En dicha representación *desfamiliarizada* emergen las ficciones ideológicas y culturales sobre la colectividad. En el hogar no transcurre el psicodrama clásico de la familia sino que se sustituye por diferentes formas alegóricas que dejan patente la tónica imperante apropiada (Porta, 2010b: 265). Este tipo de literatura, o expresión artística ya que atraviesa otras modalidades, no sólo permite presentificar la corriente aunadora sobre la que una familia sigue a la otra, sino que plantea el propio origen de esta misma ideología. Dicho con otras palabras, el temor primordial que nace de la inocencia de la niñez es *estetizado* y por lo tanto universalizado cual “-ismo” pervirtiéndolo, y justamente lo que viene este género a criticar es la instauración de dicha estetización que acaba por parasitar el núcleo familiar y por ende la niñez (Porta, 2010b: 269-270).

Una vertiente de estas premisas se halla en la reinterpretación de los cuentos con moraleja o las fábulas clásicas, que adaptadas a la contemporaneidad critican la enseñanza moral de éstas mostrando las resistencias que la misma moralina causa al presentarse la niñez (Porta, 2010b: 283). Esta vertiente muestra al extranjero interior, aquel que emerge sin saber muy bien porqué, y se resiste a cualquier codificación moralizante (Porta, 2010b: 287). Se nota aquí como dicha “emergencia” resuena al lapsus al que atiende el psicoanálisis, de hecho, hablando sobre ello hay dos formas en las que se manifiesta dicho extranjero interior: como formación del inconsciente en la cual el sujeto no sabe lo que dice, o como formación del objeto *a* en la cual el mismo no sabe lo que hace.

Tras todo este recorrido, a zancadas, se puede apreciar cómo la expresión artística de lo afterpop es un lugar de experimentación crítica que, viéndose asediada por la cultura de consumo en masa y las contradicciones mundiales del sistema capitalista, asume su lugar y mediante un giro estilístico, teórico e ideológico, propone una nueva forma de cambiar el rumbo de las tendencias pulsionales del mismo sistema. El afterpop a fin de cuentas plantea una alternativa a todos los intentos fallidos que atentaron contra el pop y acabaron siendo absorbidos por éste. En este caso esta corriente pretende, a modo de virus informático¹⁰⁸, resquebrajar del enviciado mercado pop y sus múltiples dispositivos culturales: los *medios de comunicación*.

¹⁰⁸ Es interesante el aporte que hace Pardo a la teoría política cuando se refiere al *virus schmittiano* al señalar que, y considero que sigue la misma línea crítica que Porta, «ante esa “ocultación de la decisión soberana” que el normativismo jurídico ha consumado en el Estado democrático de derecho, sólo llevando las cosas *hasta el extremo* y considerando la situación *excepcional* puede ponerse al descubierto esa decisión o voluntad que se pretendía encubrir» (Pardo, 2016: 169). Porta, al señalar que el afterpop asume su rol como resquebrajador de la corriente pop en la cultura y sus enraizamientos neoliberales, pretende desvelar las verdaderas tendencias del sistema económico (emocional) alterando los dispositivos de repetición que fomentan el enviciado circuito de consumo, llevándolo al terreno de la excepcionalidad en el cual la “batalla cultural” por la hegemonía hable desde la concreción materialista del presente. Pardo en consonancia con esto hace mención de una tesis sostenida por Alain Badiou que considera que la formación del estado de Derecho, excluía de la política toda relación *material* o *fáctica* con la verdad, lo inconfesable en público por la intromisión de la ley de ciudadanía (Pardo, 2016: 184), que al igual que la publicidad y los media, interrumpen el devenir de las relaciones personales encauzándolas dentro de protocolos relacionales.

3.1.2. HOMO SAMPLER: TIEMPO Y CONSUMO EN LA ERA AFTERPOP

En *Homo Sampler*, Porta comienza el trayecto aseverando que: los objetos de consumo ocultan tras de sí un *aditivo*, de hecho, *son* gracias al *complemento*. En las primeras páginas comentará qué

estos dos factores [objeto de consumo y aditivo] coadyuvan en la redefinición del «objeto pop» como tal, sea éste un producto publicitario, informativo o artístico. Hubo un día, no muy lejano, en que al fetiche pop se lo llamaba «simple», «inmediato», «superficial». Esos atributos han sido desbordados por la emergencia de nuevos objetos y, con ellos, de nuevas formas de complejidad, que piden a gritos una lectura de segundo grado, si es que no la llevan incorporada. El objeto de consumo actual «contiene aditivos», llámense vanguardia, trash, crítica cultural, desinformación o –en última instancia- la herencia misma del pop entendida como una tradición que ya no es susceptible de ser disfrutada espontáneamente, sino que lleva consigo, como cualquier otro archivo, su orden interno, sus pruebas de fe, su Iglesia y sus doctores (Porta, 2008: 9).

Dicho con otras palabras, los objetos están desposeídos de sí mismos y se les ha insuflado un *aditivo*. El objeto deja de valer por sí mismo para hacer que los *doctores*, la *Iglesia*, comanden sobre su verdadero valor. El valor de los objetos se atañe al valor que el discurso *post-pop* les insufla. ¿Y cuál es por excelencia el discurso actual más imperante? El de la globalización, el cual Porta se lo atribuye alegóricamente a *la hamburguesa fast-food* (Porta, 2008: 10). ¿Por qué lo compara con la hamburguesa de comida rápida? «La globalización gastronómica, la economía del todo-al-mismo-precio, la denegación de la localidad y la creación de espacios sociales como no-lugares son algunos de sus significados asociados» (Porta, 2008: 11). La crítica al imaginario económico dominante se centra en la des-estetización de dicho imaginario, en este caso del *fast-food*, llevando al extremo el discurso que las sostiene sacando a flote las connotaciones ideológicas subyacentes. Usualmente como apunta Porta suelen ser por medios artísticos performativos y documentales, los cuales él analizará y dará una resolución opuesta a la que se esperaba con estos dos medios. Eloy defenderá que los documentales como por ejemplo *Super Size Me* (documental realizado por Morgan Spurlock en 2004) «aun con sus virtudes parciales, la película en cuestión participa también, en alguna medida, de los procesos ideológicos que se honra en denunciar»

(Porta, 2008: 13). ¿A qué se debe esta crítica? Porta señala que este documental, al igual que la mayoría de críticas que estiran el discurso de los *aditivos* en los productos de consumo, forma parte de la misma lógica pero por el anverso. Con toda la crítica lo que se demanda de fondo es un *valor primitivo* que se vé asfixiado por la superproducción de objetos de consumo. El autor llamará a esto *UrPop* señalando que el espectro de lo primitivo se da precisamente en aquellas críticas artísticas, o en los mismos objetos de consumo que cínicamente adoptan su lugar desde la crítica, que intentan representar una figura, un valor o una emoción primitiva en un espacio ultramoderno (Porta, 2008: 14). ¿Cómo se representa lo primitivo? Como aquello que es previo a la civilización, lo incivilizable, que «incluyen modalidades tales como lo mítico y lo atávico, pero también lo folk, lo rural, lo no urbanizado. La venida de lo primitivo adquiere formas como el simulacro, el trauma o la irrisión» (Porta, 2008: 15). En palabras del propio Eloy,

la cultura comercial está enfrascada en una batalla por la tendencia y explotación de lo primitivo: por una parte, los publicistas de McDonald'2 usan simulacros de objetos primordiales producidos en serie; por otra, los diseñadores proponen una «respuesta crítica» cuyo objetivo es «sacar a la luz la fabricación ilusoria de ese concepto». Huelga decir que esta lucha no tiene fin: el segundo grado propuesto por los diseñadores puede ser «más consciente», pero no por ello sale de la lógica del simulacro de lo remoto en el tiempo y en el espacio (Porta, 2008: 15)

Por esta razón los objetos de consumo están ubicados en una esfera en la cual el objeto y su crítica se unifican formando un paquete de consumo ideológico, donde la gratificación no se halla solo en el objeto de consumo sino en la consumación de la ideología adyacente. Lo primitivo en este caso sería el lugar desde el cual la ideología habla, produciendo objetos como productos de lo civilizado en contrapartida a la imposibilidad civil¹⁰⁹. Pero va más allá diciendo precisamente que en lo primitivo

¹⁰⁹ Siguiendo la lectura de Pardo, lo primitivo puede interpretarse como el momento de dictadura afectiva cuya justificación carece de autoridad alguna más que la ideológica. Pardo, tras la estela de Carl Schmitt, señala que en pleno (o amenazante) estado de excepción el soberano debe tomar una determinación, una decisión, la cual excede toda norma, toda ordenación jurídica (Pardo, 2016: 165). Esto comparado con lo primitivo es la invención de un espacio anterior, un pasado ficcional, que soberanamente se dispone como verdad más allá de toda necesidad fáctica. Los consumidores se ven sustraídos, mezclando melancolía y el resguardo místico que se desprende ella, a un pasado que no cesa de invadir el presente imposibilitando cualquier porvenir y tergiversando la inminente afectación materialista de los cuerpos. La ideología neoliberal se desvela en las sociedades del hiperconsumo mediante la implantación de una soberana

también se encuentran los objetos que han perdido todo su valor simbólico y se ven nuevamente reanimados cual objetos-zombi debido al refrescante aire de la nostalgia y el fetichismo del coleccionador. Sobre esto Porta trae a colación la ilustración de Todd Schorr *El cazador-recolector* en la cual nos propone la figura de un mono que buscando entre los restos de una civilización perdida halla objetos de consumo entre restos y desechos «que son valiosos para él pero no para la mayoría» (Porta, 2008: 21). La vinculación con el objeto nostálgico, primitivo biográficamente (o simplemente una estetización de lo primitivo acoplada al objeto) revela un factor constante de la cultura y el consumo: «Mickey Mouse no es sólo un juguete: es el novio de la Venus de Willendorf» (Porta, 2008: 21). Lo cual quiere decir que el consumo de objetos culturales bajo la dinámica UrPop es el reciclado constante de ideología. Esta se nos muestra de algún modo como la estructuración afectiva del sujeto que se amolda a través de los objetos mediante una representación de lo primitivo, su “propio” edén.

Pero, ¿qué significa realmente UrPop? Según Porta el prefijo Ur- designa una cualidad antigua e incluso primordial de un sustantivo, de hecho menciona el psicoanálisis diciendo que lo Ur- es aquel *origen inaccesible* desde el cual se forma el inconsciente. Aquí convendría recordar lo dicho en la sección sobre el objeto *a* sobre la falta y la inauguración del deseo en el sujeto. La introducción de éste en el orden simbólico e imaginario como contenedores de lo real, *agujereadores* de éste, dan lugar a la dinámica desiderativa del individuo. Lo primitivo, lo Ur, tal cual nos explica Freud al hablar de la retroactividad del inconsciente siempre vuelve sobre sí mismo, o Lacan cuando hablamos del significante y su movimiento metonímico. Para Eloy Fernández Porta esto primitivo es precisamente este retorno a lo mismo a través del consumo de objetos culturales. La ideología de alguna forma sería el agujero que se crea tras la inscripción del objeto *a* en los objetos de consumo, cuyas fuerzas simbólicas e imaginaria que emergen del corte objetual fagocitan el deseo del sujeto en pos de la manutención del goce.

¿Cómo contrarrestar esta tendencia UrPop? O dicho de otro modo, ¿cómo superar la retroactividad por el consumo nostálgico de los objetos culturales cual

ficción en los medios de comunicación y sus millares de dispositivos sociales que atentan a nivel micropolítico.

primitiva reminiscencia? Más allá de la corrección política que pueda deducirse de la crítica que elabora Porta contra los objetos Ur y su auto-referencialidad en bucle temporal simbólico, propone una salida distinta a la usual negación del consumo: la exorcización del componente occidentalista de la conciencia, intentando lograr, por medio del *humor*, la redención (Porta, 2008: 51). ¿A qué se refiere con el humor? El humor es el lugar desde el cual se dice algo y en un sobrante cabe una interpretación doble: la buena, o la perversión de los actos narrados. El doble sentido habilita no sólo la reinterpretación de los objetos de consumo sino que precisamente ataca frontalmente la carga *aditiva ideológica*. Porta no está proponiendo una crítica cínica, eso sería precisamente repetir el mismo movimiento dialéctico de los objetos Ur, sino más bien como apunta él al citar el ensayo de Torgovnick quien «revisa algunos de los grandes *hits* del primitivismo moderno describiéndolos bajo el signo de la oportunidad perdida y de la potencialidad no realizada» (Porta, 2008: 52-53). Con esta referencia Porta llama al humor como un proceso de re-significación de los objetos de consumo con aditivos a través de una nueva pronunciación de lo primitivo desde una arqueológica de dicho saber¹¹⁰.

Siguiendo con la lectura de *Homo Sampler* Porta presenta lo primitivo como aquel lugar inhóspito que no cesa de presentarse en los media, y añadiría yo en el cine apocalíptico de los últimos años, haciendo de ese tiempo pasado un *presente continuo*. La percepción del tiempo como retorno constante a lo mismo, cual mantra, ha sido descrito por Jean Baudrillard como «borrado del pasado», «tiranía de la actualidad» por Rafael Argullol, «el asalto del presente al resto de los tiempos históricos» con

¹¹⁰ Pardo, haciendo un análisis comparativo entre las sublevaciones y la Historia de las revoluciones, señala junto con Michel Foucault que la sublevación es el medio por el cual la lógica de las revoluciones occidentales con las que se ha escrito la Historia aparece como algo externo a ésta, es decir, el sublevado, a diferencia del revolucionario, ha superado la lógica del miedo y es por esta razón por la cual es más poderoso contra el imperio. Éste se presenta como un reivindicador delirante cuya cantera de contenidos imaginarios de la revuelta está ubicado fuera del ámbito de lo político, por lo tanto de la lógica del poder y por ende del miedo. De esta forma la sublevación se opondría a cualquier régimen político por justamente traicionar su propia naturaleza impolítica, deviniendo, paradójicamente político (Pardo, 2016: 88-90, 104). Justamente el análisis que hace Foucault de las sublevaciones y que Pardo sigue de cerca pretende hacer algo similar que el citado por Porta, Torgovnick. El poder de estos análisis se halla en que vienen a sacar a la luz la singularidad (un universal concreto como señala Pardo con Hegel) con la cual los sublevados, o los grandes *hits* del primitivismo moderno, arriesgan su vida contra el poder ya que insuflan *sentido* a la Historia de ahí la *autenticidad del sublevado* que atenta contra la lógica del régimen (Pardo, 2016: 91, 119).

Alexander Kluge, y el mismo Porta en consecuencia de estas sentencias señala que «la fabricación de la temporalidad en la cultura pop propicia que el pasado sólo pueda reaparecer bajo la forma del *revival* entendido como *imposible reinscripción de lo ocurrido en un ámbito de actualidad totalitaria*» (Porta, 2008: 57). Es decir, el pasado al ser vaciado de toda narrativa solo aparece formalmente como un *revival* de una narrativa ilusoria. Es por esta razón que hablará en las siguientes páginas sobre la moda *retro* cuyas manifestaciones se dan en distintos campos de expresión artística y literaria. Sobre ello Porta señala que

el *retro* no es sólo un modo estilístico o un juego irresponsable con el legado, sino, más allá, una condición desde la que contemplamos el pasado. Ese pasado inasequible no «existe» sino que «insiste» en pseudoacontecimientos en los que se da la «rehabilitación espectral, paródica, de todos nosotros, bajo la luz fría de la disuasión (Porta, 2008: 58).

Con esto el autor insiste en lo Ur, su retorno flotante que cual simulacros del pasado no dicen nada de lo primitivo. Los remakes de películas antiguas son un ejemplo de esto, y el mismo Porta señala que la Historia prosigue porque fue lucrativo dicho pasado. De algún modo la presencia de lo nostálgico, o la tendencia al retorno sobre sí es el movimiento melancólico por un pasado perdido que se puede recuperar mediante los distintos objetos de consumo. El modo en el que el sujeto responda ante la pérdida de lo primitivo tiene que ver en cierto grado con la capacidad de sacrificio, de resistencia, que tenga el individuo. Tal y como apunta Porta lo Ur está dirigido a aquellos cuya resolución con su pasado aún está abierta, asumiendo su lugar como aquel que resiste el paso del tiempo, acoplado a una narrativa entumecida que le permite hacer todo tipo de sacrificios en pos de éste (Porta, 2008: 66-67). Con lo dicho Eloy resume que el UrPop es un «bucle de sentidos donde se imbrican la cultura y “lo que es anterior a ella”, de tal suerte que la primera reapropia lo segundo, sólo para producir nuevas manifestaciones *retro*» (Porta, 2008: 69). ¿A qué se refiere con esto? Simple y llanamente que el pasado ha sido secuestrado en el presente permitiéndose el lujo de soñar un futuro desde lo retro. El deseo por recobrar el “edén perdido” en sus múltiples manifestaciones culturales visto desde la mirada del Otro se encajaría como aquella que demanda del sujeto la perpetua búsqueda del refugio en el entorno inhóspito en el que los media reproducen constantemente escenarios de guerra, crímenes contra

colectivos, la caída de los valores de la modernidad, agnosticismo y ateísmo recalcitrante y desinformado, crisis económicas, etc... El Gran Otro mediante estos objetos de consumo cultural manifiesta el deseo del sujeto por que continúe atrapado en sí mismo, *enbuclado* en el *presente continuo* de la nostalgia de tiempos de bonanza, que en mi opinión son momentos de inocencia, en los que, tal como apunta Kierkegaard no había conocimiento del pecado y por ende no había lugar para la culpa, y ahí es donde se asienta la resistencia y el placer en el “sacrificio” del presente en pos del pseudoacontecimiento nostálgico.

Insiste en páginas más adelante en los titulados *anuncios concienciados* o, dicho con otras palabras, el *consumo responsable*. La urgencia de los media y las marcas de productos por ocupar un lugar viral mediante la incorporación a sus productos a la narrativa *verde*, consecuente con los tiempos de cambio climático, también hace apelación a este resquicio primitivo. De forma sarcástica Porta señala que esta narrativa permite a las empresas agenciarse un proteccionismo de lo «incivilizado», como son el medio ambiente sin ir más lejos, propiciando una nueva ola que reafirma el salvajismo capitalista, en esta ocasión pintado de verde: «de pronto salir a reventarse unos eurillos deja de ser un vicio privado y se convierte en un *statement* geopolítico» (Porta, 2008: 75). El consumidor deja su espacio privado para luchar con su compra por la paz en el mundo. Esa ligera gratificación por contribuir en la mejora del medio ambiente no impide que la dinámica senil del capitalismo siga su curso. Dispuesta pues la estetización del consumo y sus distintos procesos de personalización Eloy trae la figura de Borges en *Artificios* precisamente en el relato titulado «El Sur» donde se muestran dos salidas ante este panorama verde: en un duelo a cuchillo entre Juan Dahlmann y el peón deja abiertas dos formas del retorno a lo esencial: la muerte a cielo abierto – «como entrada en el imaginario salvaje- y la no tan improbable victoria en el duelo –como retorno a *lo real del salvajismo*» (Porta, 2008: 88). Con esto volvemos sobre la misma idea del chiste, la muerte a cielo abierto es el retorno de lo mismo, la vuelta al Edén, mientras que por otro lado la posibilidad de re-significación se da con el encuentro directo con *lo real del salvajismo*. ¿Qué es lo real del salvajismo? En mi opinión, y dando vida desde una lectura psicoanalítica, lo Real podríamos entenderlo como aquello que acontece ante el sujeto y los subsume en una constante de actos y decires de los cuales no es partícipe. La aparición en escena de lo real del salvajismo es

la manifestación del goce en el habla y el cuerpo del individuo, en este caso de los que se baten en duelo. La eminencia de lo real en el acontecer usual de los hechos es el encuentro del sujeto con la causa de su deseo, el objeto *a*. Saturar el fantasma que recubre el objeto *a* es precisamente esto, ir más allá del soporte fantasmático, el deseo, y ver lo que hay más allá de la pulsión tanática de los duelistas, que al igual que el chiste, lo que resta, eso que *hace gracia*, es precisamente el objeto *a* como exceso perverso de la trama.

En referencia a esto mismo, aquello que está dispuesto ante el sujeto como *fuera de este lugar* cuando ha sido “poseído” por el Otro, Porta recogerá la premisa presentada por Slavoj Žižek sobre el *mediador evanescente*. ¿Quién y qué es el mediador evanescente? «Es la figura en que se ha proyectado un deseo desviado, es decir, una ambición que debe realizarse *en otra parte*, de tal modo que la persona u objeto que la recoge es sólo un vehículo para su realización última» (Porta, 2008: 91). Es decir, los duelistas si se desvinculan de la trama de la “muerte a cielo abierto” y dejan que la “otra” trama emerja se dispondrá como realizable en otro lugar, este otro lugar posee a uno de los dos y realiza un acto que cae fuera de toda narrativa dando lugar a una nueva interpretación de los sucedido. Uno de los duelistas hace de mediador evanescente en el momento en el que su vigorosidad por el enfrentamiento cambia radicalmente de causa desvelando sus *verdaderos intereses* por ejemplo.

El siguiente punto que trata Eloy girará en torno a una serie de preguntas relacionadas con el sentido de lo comunal y el pueblo en las sociedades de consumo posmodernas. «La estetización, cada vez más sofisticada, de las comunidades, ¿las aliena o las hace más conscientes de su papel en el mundo?» (Porta, 2008: 93). Ante esta pregunta el lugar que le otorga a la comunidad, o el sentimiento que se desprende de la era de la globalización, apunta a que más allá de los actos de compra, siendo estos «síntomas de alienación» (Porta, 2008: 93) se halla la expresión de un anhelo por la construcción de una colectividad. Los restos de lo primitivo toman ahora el carácter de anhelo, no únicamente por la experiencia del Edén y las resistencias y sacrificios adjuntos, sino que además allí se hallan los pilares derruidos de una promesa de futuro comunitario. Pero tiene trampa, ya que lo que se aprecia aquí es otra característica más de la tendenciosa UrPop: se anudan contradictoriamente dos culturas, la local plácida con el folklorista exterior (Porta, 2008: 96). Por poner un ejemplo

clásico, la historia del joven que abandona su casa soñando hallar su lugar en el mundo fantaseando con el exotismo tribal de algún continente en vías de progreso o como *Walden* de Henry David Thoreau en la que el bosque es el retorno a lo primordial abandonando su hogar.

En contraposición a esto Porta pone como ejemplo de superación de esta dinámica *Hicksville*, novela gráfica de Dylan Horrocks en la cual se describe el «re-obraimiento de una comunidad que ha dejado atrás la era de los “consumidores culturales”, los “alienados” o las “mayorías silenciosas”» (Porta, 2008: 99). En esta historia se narra el traslado de una comunidad de urbe a la Arcadia. En dicho movimiento que Horrocks ilustra deja patente una cosa importante que novelas menos optimistas pasan por alto: «la necesidad de pensar una cultura de la imagen más allá de su contexto determinante» (Porta, 2008: 100). Es decir, habilitar el lugar del pensamiento utópico de las subculturas, el primitivismo anhelante de un futuro perdido, para reconstruir la comunidad.

Precisamente sucede lo mismo con la ya mencionada obra de Schorr, *El cazador-recolector*, que en su búsqueda de objetos para su colección nostálgica no solamente se encierra en la fantasía alienante de un pasado perdido, sino que con esta recuperación de objetos «empieza a reconstruir lo colectivo desde su propia pulsión del Otro –esa comunidad que en los tiempos actuales *brilla* –como el pop- *por su ausencia*» (Porta, 2008: 115). En resumidas cuentas este retorno no solamente está visto como la compulsión del sujeto en pos de satisfacerse en el hábito consumista sin sentido, sino precisamente se halla anclado a las necesidades del Otro en tanto que demanda del individuo por reconstruir su comunidad¹¹¹. La relación que se mantiene con los objetos de consumo depende pues de la mirada del Otro en tanto en cuanto éste designa el lugar del hogar, o como dirá Porta, «la metáfora de la casa» (Porta, 2008: 128). La problemática está pues en que, en el caso del mono coleccionista, el sujeto que consume no sabe por qué consume lo que consume.

¹¹¹ En consonancia a lo que señala Porta, Potter y Heath dirán que «los comandantes de ejército saben perfectamente que los soldados en realidad no luchan por Dios, ni por la Patria, ni por el Rey, ni tampoco por sus familias; luchan unos por otros y para defender la organización a la que pertenecen. Lo que lleva a un hombre a abalanzarse sobre una barricada o un nido de metrallas es su sentimiento fraternal, su lealtad hacia la organización que le enseñó a luchar junto al resto de los miembros» (Heath & Potter, 2005: 194)

Haciendo alusión a lo dicho en la sección dedicada al análisis del objeto *a* nombraré una tercera formación conjuntamente con las del inconsciente y el objeto *a* (decir-mención y hacer-mención) como la del fetiche o fetiche-mención. El fetiche es precisamente el objeto que conecta la promesa y su realización inmediata habilitando el deseo. En este caso, la cuestión que pretendo hacer patente es sobre el saber y la verdad, el sujeto consume lo *retro* en función de su categoría y no en tanto que su vinculación afectiva al objeto, por esta misma razón, el saber se ve pervertido al igual que la verdad del deseo. Con esto me refiere básicamente a que las sociedades de consumo se erigen sobre un doble desconocimiento: en el cual el yo se considera constituido por las imágenes y no alienado por ellas, y por otro lado, que la causa de su deseo no le es propia sino del Otro. En esta misma tesitura encontramos que el objeto *a* queda atrapado en el deseo de los discursos imperantes con este doble desconocimiento de sí. Es por esta razón que la labor psicoanalítica propone su cura no solamente como una mejoría del estado afectivo del sujeto sino la responsabilidad ética del mismo para con el Otro que le es propio.

Precisamente Porta vinculándose a lo que acabo decir habla sobre la elección de la compra, y señala que el objeto, nuevamente, no es tan importante sino como el acto de comprar. El autor define el acto de compra como una acción que involucra «un intento imposible de escoger entre la multiplicidad sin singularidades» (Porta, 2008: 145). Es decir, ante la amplia posibilidad electiva (véase por ejemplo montones de modelos de relojes ofertados en una relojería) el sujeto se abruma y busca consuelo en algún distintivo particular para resolver dicha situación angustiante. Eloy propone, para explicitar esto, propone los relojes Swatch, los cuales teniendo una oferta tan variada hacen que el consumidor pase de una actitud estética ante la enorme gama de relojes a solventar una situación angustiante en la cual la elección del reloj lleva inscrita la elección de la individualidad. El culmen de la expresión de la individualidad lo hallamos también en el eslogan de la marca Viceroy, la cual anuncia que «“No es lo que tengo; es lo que soy”» (Porta, 2008: 146). En esta debacle por la elección del reloj el individuo se halla en las antípodas del saberse a sí mismo o qué es lo que le produce ansiedad ante la enorme oferta, y en última instancia acaba por comprar el reloj a fin de acabar con agobiante situación.

La compra del reloj es una derrota en toda regla: habiendo descubierto la imposibilidad de expresarnos con el acto de compra, nos vemos reducidos a realizar un desembolso mecánico, a sabiendas de que ese acto –diferencia pura- no nos representa en absoluto. Comprar un Swatch viene a ser una parodia del proceso habitual; la mayor de sus ironías es que el resultado de esa derrota sea colorista, fosforito y cantón (Porta, 2008: 147).

Eloy basándose en el concepto *lathouses* de Jacques Lacan señala que el reloj de Swatch es precisamente dicho objeto “lathouse”. ¿Qué significa *lathouses*? «Aquellos objetos en cuya tendencia hemos proyectado una necesidad de identificación que no puede ser colmada, de tal modo que al poseerlos no hacemos sino prolongar la ansiedad de la falta» (Porta, 2008: 147). Es decir, el sujeto alienado en el torrente de imágenes singular toma, en este caso el reloj Swatch, como pieza imprescindible para satisfacer su deseo de identificación, y así cumplir con el otro, semejante, de su producción fantasmática¹¹². Pero a fin de cuentas lo único que haya es la insatisfacción pura ya que dicha *falta* es estructural y nunca será satisfecha sino momentáneamente, por ejemplo con el acto de compra¹¹³. La imagen con la que se identifica el sujeto como poseedor de un reloj se desvanece ante la posibilidad de no atinar con su individualidad, un objeto que le represente, mas lo único que obtendrá finalmente será la manifestación de la falta de sí proyectada sobre el objeto de consumo.

¹¹² Viendo esta producción fantasmática Han advierte que debido a la inmensa cantidad de fantasías proporcionadas por los medios los sujetos en la época actual se ven más proclives al sentimiento de *decepción*, justamente porque éste afecto viene asociado a la producción imaginaria del propio sujeto al ver que su deseo presente (desconocido) no se ve satisfecho tras la instrumentalización de éste mediante un determinado objeto de consumo, en este caso un reloj (Han, 2014: 56-57). Hay un apunte interesante que hace Han y es que precisamente el *habitar o recurrir* al espacio fantasmático es hallarse en un lugar en el cual no hay definición ya que puede derivar en cualquier cosa, y con ello al estar lanzado hacia cualquier sitio no siente las limitaciones (condiciones de posibilidad cual anillos de inhibición que tenemos para comprender el lenguaje de las abejas por ejemplo) de su propio ser en la misma fantasía (Han, 2014: 59).

¹¹³ El grupo Tiquun, sobre la falta estructural y su función deseante mediada por la Jovencita (alegoría a la ideología neoliberal y consumista), apunta que «la Jovencita trata de expresar la clausura autorreferencial sobre sí misma y la ignorancia sistemática de la *falta*. Por eso no tiene defectos, del mismo modo que carece de perfección» (Tiquun, 2012: 55). Es decir, la Jovencita se presenta como arreglo, cual circuito cerrado, de la falta inherente a todo deseo, es por ello que no habla de falta sino de imperfecciones y salud, es decir, la exhibición de la era del Espectáculo y la Biopolítica. Con este dislocamiento la falta en lugar de ser reconocida en su singularidad es por todos conocida por más que su expresión sea imposible ya que es una experiencia intransferible, que puede ser intuida a través de la ilusión de una comunicación intersubjetiva, pero a fin de cuentas propia. Esto conlleva lo que señalan acertadamente Tiquun al decir que «la pérdida del contacto consigo mismo, la aniquilación de toda intimidad, que determinan el sentimiento de sí como carne, constituyen las condiciones *sine qua non* de la adopción renovada de las tecnologías del yo que el Imperio ofrece al consumo» (Tiquun, 2012: 59).

En el acto de compra pues se deciden disponen dos agentes temporales: el primero busca el mejor objeto que represente su individualidad y el segundo que su elección caigan dentro de la promisión religiosa de la individualidad. Respectivamente tenemos el *minuto loco* como señala Porta y por otro las cualidades atemporales que permanecen siempre. Lo fútil de la actitud salvaje del capitalismo aunada con la inmutable idea de individualidad. Ambos son modos de temporalidad que se justifican mutuamente, ya que por un lado se escoge casi *sin mirar* y en dicha elección se espera que case con su individualidad. Hay pues una presente elección y una pasada o tradicional elección, ambas confluyen en el reloj Swatch cual *lathouse*. En vista de todo esto Eloy no duda en conjeturar conjuntamente con Zygmunt Bauman y la Escuela de Frankfurt que «*el mundo moderno ha sustituido la duración y la demora por el culto a lo efímero y el goce instantáneo*» (Porta, 2008: 159). Pero el verdadero interés que ocupa a Porta es el del *lugar sin duración* (Porta, 2008: 159), del cual se han servido los críticos contemporáneos como Derrida, el mismo Bauman, Dorfler o Lyotard para mostrarse contrarios a la cronología dominante de lo efímero. Esto es lo que el autor criticará siguiendo la misma línea de los documentales y performances que critican las cadenas de *fast food* como mostré al inicio.

El autor señala que esta temporalidad posmoderna apunta a la vinculación de un tiempo presente con la suposición de otro mundo, otra temporalidad. Las experiencias estéticas de los objetos de arte (o consumo) buscan la sensación del individuo para transportarle a otra dimensión sin abandonar el tiempo presente para hacerle tocar *otro mundo*. En ese lugar la vivencia del tiempo se da a través de los dispositivos tecnológicos, los cuales aportan un nuevo concepto de sujeto entendido como: *Homo Sampler*. ¿Qué implica *samplear*?

Las definiciones al uso suelen referirse a «tomar materiales ajenos» y «usar las cosas que no son propias». Estas acepciones reducen el carácter creativo y autónomo del *sampleador*, convirtiéndolo en una caja de resonancia de voces o tendencias ajenas. Pero si el *sampleador* menciona otras voces –si a veces es un «imitador de voces», como decía Thomas Bernhard–, no es porque *se apropie* sino porque vive en su momento, sale de casa, es sensible a los signos y formas del paisaje mediático –y se cuida de señalar la procedencia de sus ideas. [...] Pero, sobre todo, lo que el *sampleador hace suyo* no es un fragmento ajeno, sino *un instante que le había sido robado* (Porta, 2008: 160-161).

Por lo tanto, el Homo Sampler es aquel que se inscribe en el tiempo, en la cronología de su cotidianeidad, no como los que se resisten a ella, y asumiéndose allí intenta reconstruir parte de sí como si intentara elaborar con todos esos objetos artísticos que le catapultan a otro lugar un collage que se transforma en voluntad propia mediada por la temporalidad del presente. Desde mi punto de vista es una salida moderna desde la posmodernidad, desde los escombros articular la metáfora de una casa. Sólo así el Homo Sampler puede tenerse en la era del momento tecnológico efímero. El producto de estos ensamblajes recibe el nombre de *RealTime*: «el hallazgo del tiempo propio como elaboración y respuesta al TiempoTM inventado por la tecnología» (Porta, 2008: 164). En resumidas cuentas, la salida que encuentra Porta ante la velocidad salvaje de la temporalidad posmoderna y la temporalidad de *otro lugar* como promesa estética, es el apropiamiento de una y de otra haciéndose uno con pequeñas trazas temporales de los objetos de consumo tecnológico y artístico, cual collage transformado en voluntad. La figura que más se asemeja a esto es la ofrecida por el ciberpunk cuya tendencia es la de asumir las condiciones tecnológicas adueñándose de ellas y transfiriéndole la violencia estética intrínseca del punk.

Otra característica de lo Ur la halla Porta en el concepto de *regresión* presentado por Sigmund Freud, el cual se refiere a la imposibilidad del sujeto por simbolizar una situación obligándole a buscar incesantemente la seguridad perdida en la infancia (Porta, 2008: 168). Señala además que el término consta de tres modalidades que le definen:

la topológica, referida a la estructura psíquica; la temporal, que afecta al retraso desde la lógica adulta a la infantil y la formal, indicada por la renuncia a las formas consideradas «acabadas» o «sofisticadas» en favor de otras improvisadas o *sucias* (Porta, 2008: 168).

Este concepto ha sido empleado por la teoría crítica cultural apuntando precisamente a la cultura de masas como aquella que sufre un «retraso» hacia un pensamiento pre-razional, pre-lógico o pre-adulto. Es decir, la masa desprovista de la capacidad de simbolizar una situación apropiándose de ella emplea un tercero para darle sentido y así satisfacer la demanda del símbolo, de alguna forma la cultura ejerce una función de tapón de la emergencia acontecimental de la falta, y como dirán Heath y

Potter no es una cuestión de *conformismo*, de falta de juicio, sino de *rebeldía*, falta de descarga pulsional (Heath & Potter, 2005: 116). «Esta conciencia, desprovista de sí, se abandona a una forma de pensamiento mitológica, cuyas figuras privilegiadas son los objetos de la industria del entretenimiento» (Porta, 2008: 170). Esta idea, resuena prácticamente en todo el libro: el proceso de personalización, de identificación, está dirigido por el Gran Otro el cual impone una individualidad, una cierta manera de goce y placer, que a fin de cuentas provoca un distanciamiento de saber del sujeto ante la angustia que le es inherente, de la falta de sí¹¹⁴. Por esta razón el *Homo Sampler* se presenta como una salida ante el proyecto de este Gran Otro. Los objetos de consumo, los fetiches del mercado, son falsos objetos transicionales que dan fe de la *incapacidad del sujeto para adaptarse a la edad adulta* (Porta, 2008: 170).

Lo que se deduce de estos falsos objetos es la «*inflexión sobre algo que nunca ha existido*» (Porta, 2008: 173), lo cual desprende una animosidad nostálgica que más que recuperar la iconosfera infantil se muestra como una disposición afectiva con ánimo desideologizado, no narrativa y devaluadora que al mismo tiempo «*vuelve la vista hacia el pasado para vaciar de sentido el presente*» (Porta, 2008: 173-175). El sujeto ante la imposibilidad de simbolización del presente por su sobresaturación demandante, lo elude trasapelándolo con los objetos del pasado, desvirtuándolo con la virtualidad de un pasado idílico recobrado por los falsos objetos.

La narrativa de la regresión Porta la ubica en tres sentidos empleados en distintas manifestaciones artísticas y literarias: la primera sería el *retorno a lo arcano* que compara la civilización actual con sus antepasados para hacer un contraste sobre el

¹¹⁴ Porta, leído desde los análisis que elabora José Luis Pardo, con *Homo Sampler* presenta similitudes en su proyecto al de las *vanguardias*, ya que en éstas, con Marcel Duchamp como cabeza de lista, pretendían eliminar la distancia entre la capacidad de abstracción formal de la obra de arte y su utilidad práctica, puesto que, como explica Pardo, esta capacidad de distinción entre abstracción y utilidad está establecida por aquellos que podían tener una *distancia económica* (preocupaciones materiales). Con la eliminación de esta *distanciación estética* los vanguardistas hacían que la mirada se focalizase más allá de la consideración de lo que era y no era Arte. Un “atentado simbólico” como diría Pierre Bourdieu es lo que Porta, en mi opinión, pretende apuntalar su crítica (Pardo, 2016: 58-59, 63). Pardo señala que si estos atentados simbólicos contra esta *distanciación estética* que se produjeron hubiesen logrado sus objetivos probablemente la ficción un hubiese sobrevivido «aunque quizá tuviese cierta cabida aquella que acreditase una finalidad pedagógica o, en general, moral o política, pero desde luego no haría falta llenar la cabeza de la gente con «evasiones» de la realidad (que podría llevarles al suicidio o al descalabro), porque la realidad sería lo suficientemente atractiva, interesante y justa como para colmar sus necesidades» (Pardo, 2016: 67).

«anacronismo sorprendente, del terror retrospectivo» (Porta, 2008: 177). La segunda que muestra es la del sentido *biológico* de la regresión como *retorno al útero materno*, la paz del líquido amniótico. En ésta se resuelven las obras prestando atención a la técnica y los modos en los que confortan la vida. Por último está el sentido *sociológico* que apunta a la vuelta a la juventud, la *regresión de la vida adulta a la infantil o jovial*. Un ejemplo claro de esto se puede ver en la película *American Beauty* dirigida por Sam Mendes en la que el protagonista Lester Burnham, interpretado por Kevin Spacey, decide recuperar su infancia dejando su trabajo de oficina para trabajar en una hamburguesería, fuma marihuana, hace ejercicio, flirtea con una amiga de su hija y se comporta como si volviese a la época de oro en la cual reprimió todo impulso.

Estos tres sentido de la regresión tienen un punto en común y es el hecho de que el presente queda sustituido por un no-lugar pasado, por ello la estrategia del RealTime que emplea el Homo Sampler consiste en devolver la información, el tiempo a su materialidad desde la cual ha sido arrancado por la ideología Ur que insiste en que *lo que pasa* quede en suspenso. El movimiento de dislocación del Ur también puede verse en los *aforismos de la víctima* como los llama Porta (2008: 192) diciendo que éstos hacen de un evento *local* uno *globalizado*, y pone el ejemplo de dos declaraciones:

“El estrés que sufren los escolares norteamericanos en época de exámenes es equivalente al de los soldados en Irak” (una pedagoga entrevistada en *Bowling for Columbine* de Michael Moore). “Los problemas de las chicas promiscuas en Estados Unidos son más graves que los de las mujeres en la guerra de Serbia” (Elisabeth Wurtzel) (Porta, 2008: 192).

Aquí señala Porta la paradoja de los tiempos de la globalización alegando que «el discurso internacional que gustamos llamar «globalizado» provenga, precisamente, de un tipo de prensa que está estructurada como regresión local y provinciana ante el trauma de los territorios remotos» (Porta, 2008: 193). Es decir, la narrativa de la globalización actúa como resistencia ante el padecimiento de, justamente, la territorialidad global. Evidentemente lo que emerge aquí es que este tipo de declaraciones dislocadas son puramente narcisistas que al margen de parecer subjetivistas se sustraen a una trama de *otro lugar* como lo que esperan los espectadores de la posmodernidad: otro lugar que invalide la realidad traumática.

La reiteración constante, la regresión, el bucle, es realmente la característica del infierno, no el padecimiento, sino precisamente la acomodación del padecimiento en una regresión constante al mismo lugar¹¹⁵. La satisfacción del deseo queda confundida con una narrativa cuando lo que es realmente, y esto se da en el acto de compra masificado, es una compulsión cuyo movimiento a fin de cuentas es estático y viciado, metonímico por excelencia. El cuerpo por ejemplo se ha visto atravesado por esta dinámica del loop en la cual como expone Porta en los casos anorexia los «ritmos biológicos del hambre y la evacuación han sido dominados y sojuzgados; el cuerpo se ha convertido en un soporte perfecto para la deriva en *loop* de la oferta y el desecho» (Porta, 2008: 198). El hambre ha sido sustituida por el acoso de la imagen del cuerpo perfecto¹¹⁶. Por mi parte he hallado también otro ejemplo que queda perfectamente expuesto en una canción de la banda de Rock Alternativo *De Staat* titulada *Sweatshop*, título que se refiere a los gimnasios. En la letra de la canción se puede leer como la compulsión no tiene temporalidad, que al igual que la pulsión *acéfala* lo que busca es la compensación constante sin un fin determinado. Correr en la cinta estática, hacer repeticiones en las barras, levantar pesas, el *cycling*, etc... se sustentan por la imagen de un cuerpo bonito lo cual equivale a uno sano, y con ello se administra la angustia precisamente poniéndola en funcionamiento a través de dicha imagen. En un momento de la canción Torre Florim, el cantante y guitarrista del grupo, canta «It will feel like i'm dying but i wont stop/ I don't mind, 'cause i'm that kind of guy/ I'll pump that iron

¹¹⁵ Lipovetsky señala acertadamente que la ligereza es la enemiga de la ligereza debido justamente al hecho de estar encerrados en un bucle sin fin en pos de la dictadura de lo ligero (exigirse libertad, salud, diversión, despreocupación, etc.) (Lipovetsky, 2016: 114). En lugar de emerger la ligereza espontáneamente, el diletantismo espontáneo, esta emerge de forzosamente a través de los exhaustivos controles que hacen del bienestar un trabajo de panóptico.

¹¹⁶ Tal y como comenta Lipovetsky el consumismo tiende a alejar al sujeto de sus necesidades *elementales* en beneficio de una búsqueda creciente de diversiones y placeres en todas las categorías sociales (Lipovetsky, 2016: 46), de este modo lo íntimo, la intimidad del cuerpo, de sus necesidades, de sus afectos, queda sustraída a la *ligereza* de todo el espacio público. ¿Qué razón habría para que esto sucediese? La publicidad no busca posicionarse más allá del bien o del mal, en el lugar del cuerpo doliente, sino que lo crea y lo produce distanciando al consumidor de la fastidiosa repetición de la vida laboral y sus padecimientos cotidianos (Lipovetsky, 2016: 71). Acertadamente Lipovetsky señalará que «hemos entrado en una época en que el miedo estético a ganar pesa ha sustituido a la angustia milenaria del hambre» (Lipovetsky, 2016: 96).

till the end of time»¹¹⁷ señalando, irónicamente, el estatismo de la compulsión del deseo sustentado por la imagen y la narrativa dislocada de una realidad angustiante como, sin irme muy lejos, lo es el de la presión estética de los cuerpos¹¹⁸. La canción da para mucho, incluido el videoclip en el cual hacen una comparación entre el trabajo hecho en el gimnasio con los movimientos mecánicos de las fábricas industriales de la segunda mitad del siglo XVIII, donde la alienación es más que flagrante.

Siguiendo pues con la idea de *loop* o compulsión, Porta propone otra versión alternativa a la de la tendenciosa Ur: la *deriva*. Al igual que el RealTime del Homo Sampler como forma de solventarse en la época de la temporalidad efímera, la deriva es una salida que contrarresta el loop. El término de *deriva* proviene del situacionismo y una manera de encarnarlo sería la propuesta por Diedrichsen en la figura del vagabundo como figura contracultural. Porta señala que esta figura se distingue del comprador compulsivo por el simple hecho de que el lugar de enunciación de sus actos proviene de una “naturaleza” distinta (Porta, 2008: 201). Uno compra estando a la expectativa mientras que el otro dispone la expectativa en la promesa de individualidad, de identidad, del objeto reiteradas veces. El vagabundo juega en los márgenes de la ficción que el otro habita y puestos en comparación, la deriva del vagabundo tiene la posibilidad de mostrar el reverso de la fantasía Ur. Otra figura que también permite el desvelamiento del loop es la del espectador de telenoticias que se queja ante la pantalla del televisor arguyendo entre berrinches y con el ceño fruncido «¡Pero contadme algo que no sepa ya! » (Porta, 2008: 211). Éste ejemplo muestra como las cadenas de noticias encajan perfectamente con la definición de *simulacro* ya que éste «no da lugar a ninguna continuación porque no hay un espacio emocional que lo acoja y

¹¹⁷ Trad.: «Me estaré muriendo pero no pararé/ no me importa porque soy ese tipo de tipo/ machacaré ese acero hasta el fin de los tiempos». La letra completa de la canción puede hallarse en: <https://genius.com/De-staat-sweatshop-lyrics>

¹¹⁸ La urgencia por poseer un cuerpo y una salud de hierro en la era de la medicalización lleva a los sujetos a asistir a aficionarse por las revisiones médicas, a adoptar una actitud preventiva, supervisarse, etc., haciendo que el individuo tenga una sensación constante de inseguridad debido a la constante vigilancia (Lipovetsky, 2016: 81). Paradójicamente los cuerpos lucen mejor, pero al mismo tiempo que estos son representación de perseverancia y trabajo, el malestar psíquico y la pobreza del saber del Otro está en alza. El bienestar corporal, el seguir el tópico “el cuerpo es el templo del alma”, conlleva un sobrecargado del exterior, de la vida relacional, en lugar de reconocer el “alma” que se halla muchas veces en estados depresivos, ansiedad, adicciones, suicidios y un consumo elevado de psicótopos (Lipovetsky, 2016: 82).

elabore» (Porta, 2008: 211), es la reiteración constante de lo mismo para mantener, al igual que la música electrónica, el ritmo¹¹⁹.

En el campo del amor el bucle se manifiesta como pasión fría, *estática*, «atrapada en los círculos arquitectónicos y retóricos de la época» (Porta, 2008: 212). La libertad del amor queda subyugada al movimiento circular del reciclaje y la emoción por la novedad amorosa, que al igual que los objetos falsos contienen la promesa de una satisfacción en *otro lugar*, permiten la dislocación del mundo en pos de un no-lugar muchas veces enmarcado dentro del paradigma romántico de los tiempos (Porta, 2008: 213). En la obra de Corinna Schnitt, comentada por Porta, se desvelan los dispositivos formales del amor para posteriormente disponerlos en modo de *loop*, técnica empleada por la video-artista, imposibilitando así cualquier trama o contenido afectivo (Porta, 2008: 212). Pero hay algo más que se deja de lado, y es precisamente que en todo proceso de enamoramiento se da un *horizonte*, es decir, la relación como *posibilista* o *futurible* (Porta, 2008: 236). Es decir, en el amor se puede construir un futuro superando el presente. Una muestra de ello, pongo por ejemplo, se puede hallar en la película de Lars Von Trier *Breaking the waves* en la cual la protagonista va más allá de sí misma, de su presente, en pos de la construcción/manutención de un futuro. Evidentemente, la protagonista, Bess McNeill interpretada por Emily Watson, tiene rasgos psicóticos lo cual hace de su conducta una más exagerada y violenta, que al mismo tiempo puede ser representante de la necesidad del pensamiento utópico en los tiempos presentes tal y como apunta Slavoj Žižek en una conferencia en la Universidad de Buenos Aires arguyendo que no es un sueño de la razón sin más sino la invención de una nueva forma de vida para sobrevivir, un producto de emergencia. Esto es similar a lo ya dicho por Porta sobre el quehacer del Homo Sampler.

Lo mismo sucede en el bucle del individualismo consumista como ya se ha visto, pero prosiguiendo con el análisis se constata que lo único que existe es el sujeto y la pulsión de compra donde el espacio público queda reducido a un mero altavoz que anuncia ofertas o un refrito de los *hits* del momento. Como declara

¹¹⁹ «El despliegue diario de las noticias es nihilista en la medida en que ningún reportero se para a considerar si el día de hoy nos ha ofrecido novedades tan dignas de atención como para renovar la web del periódico. El rodar de las informaciones es un imperativo superior que, como hemos comentado en el epígrafe precedente puede muy bien seguir girando en el vacío –y acaso funcione mejor así» (Porta, 2008: 225-226).

sagazmente Porta, «en el tiempo del bucle la mercancía es el verdadero órgano sexual – y la obscenidad financiera, su garante» (Porta, 2008: 219). ¿A qué se refiere con esto? Los objetos de consumo contienen la Fortuna al mismo tiempo que la nada, la falta, por ello al señalar que el objeto es la promesa materializada es la confesión del deseo del sujeto, e incluso aún más hondo, la manifestación de su angustia encerrada en un cíclico bucle. La excitación del consumidor de objetos culturales deja manifiesto su deseo en el momento en el que adquiere un producto pretendiendo, a través de éste, liberar el exceso de *goce* (el *plus-de-goce*) que lleva a cuestas, es decir, deshacerse de la angustia calmándola. Pero lo único que se obtiene es una insatisfacción reiterada y es precisamente por el hecho de que la frase *somos lo que compramos* está revertida: *compramos lo que somos*. Dicho con otras palabras, el acto de compra conlleva una búsqueda de sí infinita en vez de un encuentro consigo, la regresión gana terreno a la personalización progresiva, la historia del sujeto termina por reducirse a un sinfín de actos compulsivos por las imágenes alienantes en un proceso metonímico.

La presión temporal también será un tema que Porta relacionará con lo Ur. Pone como ejemplo el estatutario social cuya definición se da en la medida en que el sujeto sea capaz de asumir la *velocidad correcta* en la que su vida debe progresar. Es decir, «quien circula bien es más respetado que quien logra objetivos» (Porta, 2008: 226). La temporalidad vuelve estar aquí sabotada por la dinámica Ur: la historia del sujeto se mide por los años y no por los logros personales que ha llevado a cabo, dejando como producto una biografía hipertrofiada en la cual el sujeto inmerso en dicha dinámica se auto-exige sádicamente pero contempla como los demás puedan progresar tranquilamente y con buena letra. El mecanismo se interioriza y se consulta a través de los dispositivos en los mismos discursos cotidianos, tanto en los media como en el cine o conversaciones en un bar, que no hacen más que repetir la misma dinámica. Pero paradójicamente alaban las figuras que por Fortuna han alcanzado el éxito, o han conseguido sus objetivos *antes de tiempo*, y son vistos como representantes de la buena vida¹²⁰. De esta forma el consumidor (de tiempo a la velocidad correcta) se ve sumido

¹²⁰ Al respecto de los dispositivos Tiqqun comenta que son los encargados de mantener vigente una guerra sin pausa, un estado de excepción en constante reafirmación, una batalla constante pero silenciosa y silenciada por la codificación de los acontecimientos, «manipulación social de los afectos, la infiltración y exfiltración de los «grupos extremistas» o el atentado de Estado, como otros tantos aspectos del despliegue de dispositivos imperiales» (Tiqqun, 2014: 91).

en la misma lógica del sistema al que pertenece: «la cultura de consumo se consume a sí misma hasta su fin» (Porta, 2008: 234). Dicho con otras palabras, el tiempo del sujeto se sustrae a una temporalidad de la imagen idealizada por el Gran Otro que captura *su* tiempo, *su* angustia, bajo las distintas velocidades *correctas* ofertadas por la misma sociedad de consumo.

El estilo que emerge de estas ofertas para Porta son recurrentes al estilo *trash*, el cual se caracteriza por la perseverancia en el error absoluto (Porta, 2008: 257). Este estilo *trash* lo compara con el *mainstream* haciendo una analogía que clarifica perfectamente uno de otro:

cuando uno está deprimido –como lo está la mujer, que no consigue al hombre que le gusta- todo se vuelve *trash*, mientras que cuando uno es positivo o «Tipo A», como parece ser su pareja eventual, todo es *mainstream* (y el *mainstream* empalaga pero no harta) (Porta, 2008: 261).

Ambos estilos conforman los modos en los que los objetos de consumo son dados en la cultura. Por un lado, tenemos la recalcitrante promesa, y por el otro la resistencia al cambio, el amurallamiento del ser con objetos de consumo. Por un lado desecha todo lo que tiene a su alrededor depreciándolo en función del recuerdo nostálgico, mientras que todas estas trazas son el refugio del recuerdo. Un ejemplo de esto sería el zapato de Cenicienta perdido la noche en la que conoce al príncipe. El consumidor sería de algún modo el príncipe pero peor aún porque el zapato no lo tiene sino la angustia de la imposibilidad de repetir aquella maravillosa noche¹²¹.

Como ya mostré anteriormente la posición de este príncipe no es individual sino política, de hecho tal y como apunta Porta,

la capacidad de disfrute y discernimiento estético no es sólo una cualidad individual, sino más bien una posición pública que se ejerce de manera performativa. Sobre todo, no es tan «subjetiva» como la tradición romántica nos había hecho creer, sino que se

¹²¹ Porta señala este desprecio/resistencia al ver que el gusto *desciende* cuando se pasa de los «espectadores de clase media a (lo que ellos perciben como) las catacumbas del gusto de la clase baja. Cassettes de gasolinera, pornografía casera, sub-pop del arroyo, kung-fu asturiano..., el río de una clase fantasmal por sentirse superior a esa supuesta» (Porta, 2008: 271), El *trash* podría ser el lugar común válido para todo tipo de posicionamiento público. De hecho, esta actitud también puede distinguirse cuando se observan conductas como las enorme cantidad de aficionados a los productos de Apple al sacar estos una versión mejorada de sus productos, sean de clase baja, media o alta.

postula como una mirada objetiva al mundo exterior. Para la sensibilidad romántica el gusto ponía de *manifiesto una sensibilidad irreductible*; desde este punto de vista, el gusto *expresa un destino social*. El factor más distintivo aquí no es tanto el goce privado, que puede ser simulado o falseado a conveniencia, sino más bien su performatividad, entendida como marca de estatus (Porta, 2008: 267-268).

Con lo que se refiere a que, nuevamente, el estatus, la *velocidad correcta*, acaba por dominar la misma apreciación estética, la experiencia, del sujeto. Por ponerlo de algún modo, el movimiento catártico sufre una dislocación en mitad de la aprehensión subjetiva del objeto, el juicio. La historia primitiva se encarga de obstaculizar la confrontación con la angustia primordial y estructurante de la falta de sí a través de la fantasmática temporalidad de lo público ofrecida por la cultura de masas.

Porta señala que una forma de reafirmamiento propia de la dinámica Ur consiste en la *pantomima de la pérdida del gusto* (Porta, 2008: 271) en la que el sujeto de clase bienestante confrontado finalmente con su angustia, con la pérdida de fe, con una crisis identitaria, degrada su gusto y dirige su mirada al «arte de pobres» (Porta, 2008: 271). Este tipo de arte no elimina el lugar desde el cual proviene sino que en vez de perderse a la *deriva* y hallarse en ella, la emplea estratégicamente para distinguirse en mitad del gueto o museo de arte pobre. En el momento en el que el sujeto de clase media/alta, imbuido por las abyectas formas del arte para pobres, se halla en el *instante decisivo* (Porta, 2008: 275) que le lleva de vuelta al bucle del aristócrata jocosos y barrocos. Una representación de este instante decisivo lo encontramos en el estilo irrealista en la expresión fotográfica muchas veces representado como fotos antiguas o fotos al vuelo, que capturan el instante elevándolo por encima de cualquier trama y haciendo de él (ya sea una fotografía o una diapositiva de un largometraje) partícipe de la radical especificidad que le es propia, su singularidad, valga la redundancia, anudada a lo singular de la existencia. Pero como apunta Porta, a través de la crítica fotográfica, este gesto no es más que

un corte temporal practicado de manera arbitraria y propuesto de manera escenográfica como superior a los demás. Ello equivale a decir: *no hay sustancia en la imagen decisiva de la heroína o héroe romántico*, sino sólo pose para la cámara o trampantojo ilusionista (Porta, 2008: 275).

La misma dinámica se reproduce también, nuevamente, en el campo del amor, precisamente en el *amor basura*. La diferencia principal entre el *amor* y el *amor basura* o *trash* es que mientras el primero está erigido sobre el afecto y la búsqueda de un sistema de símbolos de complicidad e intimidad¹²², el otro se fundamenta en el acuerdo de la negatividad, «sobre la crítica a un miembro de la pareja, o a ambos, o a la exclusión de un tercero» (Porta, 2008: 284). De esta forma el amor basura se distingue a sí mismo sobre la singularidad de un aspecto diferencial, negativo. En vez de lo comunal, la búsqueda de la complicidad precisamente se fundamenta en su contrario, la *complicidad negativa*. La angustia compartida del amor podríamos distinguirla de la angustia proyectada en los objetos terciarios que caen fuera de la vinculación afectiva y se impletan en un discurso ideológico donde el *horizonte* del que hablaba antes es *prêt-a-porter*¹²³.

Pero en el caso de la amistad pasa algo bien diferente. A diferencia del amor trash en la amistad basura el objeto de crítica que le corresponde es un tópico que se trata día a día y que permite la fraternidad al igual que la regula con la incidencia violenta de lo trash. Dicho con otras palabras, la fraternidad basura puede ir hasta el extremo de su falta de tacto, incluido el insulto o la agresión física, y aun así continuar siendo una marca distintiva del resto de personas. Lo que se halla aquí es que en el núcleo de la amistad participan lo trash y la camaradería permitiendo la distinción y la complicidad. Por ello podemos estar con «algunas amistades bochornosas que dan fe de nuestro dinamismo a la vez que muestran nuestro sentido de la ironía» (Porta, 2008: 286). Lo curioso de todo este asunto es que esta misma dinámica de la amistad trash también se encuentra en la ficción publicitaria en la que la estética entroniza al

¹²² Han lo llamará como «fiestas y juegos rituales como espacios *especiales* y de separación» (Han, 2014: 53), en los que se mantiene cierta sacralidad constituida a partir de la confluencia de alteridades yuxtapuestas. Añade además que debido a la constante profanación por las premisas neoliberales de estos espacios íntimos hay una paulatina desacralización y desritualización de dichos lugares en los que se da un tipo de comunicación, Han recordando a Georges Bataille, caracterizada por el *erotismo sagrado* (Han, 2014: 53).

¹²³ Como señala Porta «el tratamiento más completo de la retórica basura esté en la clásica canción de Pulp “Common people“, que refiere el amor imposible entre una acaudalada estudiante de Saint Martins College y un “chico normal“ -con el cual el oyente debería identificarse. La escena de la pareja interclasista permite abordar las dos vertientes del tema: la chica multimillonaria que dice “quiero dormir con gente corriente como tú“ es tan basura como el chico de *clase diferente* que le hace caso» (Porta, 2008: 285).

espectador como monarca del gasto (*lo trash*) y al mismo tiempo el deseo de éste es estetizado por medio de «estrategias persuasivas más o menos respetuosas con su inteligencia» (Porta, 2008: 289). Esto deja al espectador en una posición de *desconfianza estéticamente curiosa* (Porta, 2008: 289), un lugar de ambivalencia en la cual el objeto *a*, la angustia, se muestra como *semblante* en la formulación en la pulsión del deseo, o lo que es lo mismo, la dinámica de lo Ur, la regresión, el bucle/loop, el retorno a lo mismo, etc...

Por lo tanto, lo que se puede observar es que la frase “la confianza da asco”, se supera pisando precisamente en ella y fomentando la individualidad en encuentros ficcionales y trash. Es por esta razón por la cual la aparición constante de *lo democrático* y la *igualdad*, etc., son rituales que apuntan al término medio entre el exceso de poder y la necesidad misma de este. La dictadura de la democracia o la igualdad sustrae a los sujetos a una temporalidad en la que *todo vale* siempre que se respeten los marcos de dicho orden jurídico¹²⁴. Porta pone un ejemplo ilustrativo con la presentadora de televisión Mercedes Milá y la dirección del programa Gran Hermano, referente *trash* por excelencia sustentado bajo la misma dinámica del espectador desconfiado pero estéticamente curioso. Porta dirá que

cuando decidimos que Mercedes Milá «tiene derecho» a pasarse de la raya, se entiende que ese derecho lo garantiza el medidor de audiencia y los rituales pseudoelectorales propios del concurso, con sus votaciones por sms, sus llamadas de aludidos y otros simulacros de participación democrática (Porta, 2008: 295).

Esto quiere decir que todo el espectro democrático, su dinamización, sólo es factible cuando, en este caso la presentadora, tiene un lugar que cae fuera de la misma democracia, tiene ese lugar ambiguo que puede salirse del marco para protegerlo. La actitud de la presentadora en este caso resuena al del que, anclado en el

¹²⁴ Zygmunt Bauman hablando sobre la confianza, la dependencia y las relaciones de pareja señala que las relaciones han pasado de ser un lugar en el cual la confianza es una construcción, un proceso en el cual siguiendo ciertas demandas por ambas partes se habilitan lugares de intimidad y responsabilidad con uno y con el otro, para ser un lugar en el cual la dependencia está vista como un riesgo tras constatar que las relaciones, erróneamente catalogadas como “puras” (una herencia del romanticismo), «no son suelo fértil para que arraigue y florezca la confianza» (Bauman, 2015: 121). Es por ello que los lazos de confianza se van minando en pos de un trato de iguales en función de la fragilidad, la vulnerabilidad y el miedo al rechazo hecho ley tabú, cuando es la condición misma de la confianza y su construcción, el ensayo y el error (Bauman, 2015: 120-121).

anhelo del paraíso perdido, desprecia y a la vez se defiende de toda amenaza de su *estado de derecho*. Toda esa actitud despotricante y basura está permitida como derecho propio se eleva sobre sus propios principios naturalistas y arremete contra todo aquello que sea contrario al régimen. No está de más mencionar aquí *El concepto de lo político* de Carl Schmitt en el cual define lo político como el lugar en el cual se decide, mediante la conquista del enemigo en el estado de excepción (donde no hay estado), el papel del soberano. En dicha lucha queda expresado el lugar del enemigo como aquel que traiciona o pretende derrocar la soberanía del autoproclamado soberano ya sea debido a su tradición o contra ella. Es pues esta dinámica del distintivo Ur desde la cual emergen todas las lógicas discursivas de lo primitivo.

Las aberraciones que emergen de esto tienen, como ya dije, la connotación de basura pero no solamente se refiere a la elevación del desperdicio o un objeto de la cotidianeidad como obra de arte como hizo Andy Warhol con la famosa Sopa Campbell, sino que también esto se lleva a la falta de cuidado en la técnica. Un ejemplo claro de esto, de la desmesura, se halla en el hiperrealismo videográfico, «cámara en mano, con ruido de fondo [...] la lente idiota filma –ruido y furia- el inevitable ascenso de los ineptos y los abyectos» (Porta, 2008: 312). Lo prolijo queda definido por su contrario, como indica casualmente una canción de Radiohead “Down is the new up” de su disco *In Rainbows* del 2007.

Continuando con la lectura Porta pone sobre la palestra un *topoi* recurrente en la literatura *Beat*: el *encuentro significativo* que pudiese darse en millones de sitios, el romance, la salvación ante una situación angustiada, etc... Se da en un *lugar de gasto*, como puede ser un supermercado, una gasolinera, una licorería, y demás lugares de consumo. En dichos lugares, presentados por éste género literario, se juega una batalla entre lo serio y lo banal, lo respetable y lo desechable, lo sabroso y lo emético (Porta, 2008: 334). ¿Cómo? El encuentro significativo en mitad de un entorno trash queda representado perfectamente con el anhelo del paraíso infantil y su distorsión por la entrada en la *vida adulta*. Los objetos de consumo en la adultez hacen de pantalla mediante la cual se puede acceder al recuerdo nostálgico al que está anclado el sujeto. Eloy, para ejemplificar esta tendencia de los objetos Ur, señala el artículo de Mike Ibáñez «Las *pastis* como post-chuche» en el cual sitúa «los primeros ritos de consumo infantil» (Porta, 2008: 334-335). El primer amor, el reconocimiento del niño con un

determinado tipo de marcas o colores, etiquetas y modas, desencadena una serie de actos compulsivos que se trasladan a la vida adulta. Estos reconocimientos son objetos transicionales con los que el niño supera el Edipo tras la castración mediante la metáfora del padre, es decir, sustituyendo la relación incestuosa con la madre con un sustituto y así superar la prohibición paterna¹²⁵. Estos objetos transicionales se tornan más oscuros, más sucios en el momento en el que estos se quedan anclados en una dinámica metonímica fácilmente reconocibles en los fetiches. Mike Ibáñez señala que justamente las *pastis*, lo que serían éxtasis o estupefaciente en pastilla o cartoncito, suelen ir decorados con personajes de dibujos animados o marcas comerciales (Porta, 2008: 335). Pero evidentemente hay muchos más ejemplos por doquier, por ejemplo en grandes superficies se vende en secciones de mujer ropa con motivos de Disney o ropa infantilizada, y lo mismo en la sección de hombres en la cual se hallan camisetas cuya temática proviene de los cómics de Marvel o D.C.

Una de las consecuencias que ve Porta de este tipo de objetos de consumo es que, tras la inocencia que pueda llegar a haber dichos objetos se esfuma en la medida en la que están pervertidos por la dinámica Ur. De esta forma lo más probable es que la crítica cultural de vanguardia acabe por desaparecer ya que la regresión constante y *pop* de la cultura impide un distanciamiento, un *otro lugar*. Si este otro lugar se ve siempre pervertido por la tendencia Ur se volverá a caer constantemente en la misma trampa reaccionaria participe del continuum de dicha lógica. Los objetos de cultura (y contracultura) son kitsch pues en la medida en la que son *promesa de Verdad*. Estos objetos están cubiertos por una capa de entusiasmo semejante al de los Kinder Sorpresa, en los que se sabe que hay algo dentro y hasta que no se coma uno el chocolate que lo recubre no hallará la respuesta, pero a la inversa. Para hallar lo dulce del chocolate, recuperar aquella sensación de placer, de gusto, es necesario atravesar los objetos duros de la cultura de masas, cosa que por más que se intente en el interior sólo habrá el mismo material que en el exterior.

¹²⁵ Recuérdese que las figuras paterna y materna son puras funciones inconscientes y no necesariamente tienen que ser ejercidas por la madre, el padre, la abuela o el abuelo, sino por aquel que el mismo sujeto tome como figura paterna o materna.

Porta anota páginas más adelante cual es la actitud con la que podríamos asumir estos objetos de consumo diarios. Ya dejó explicitada la importancia del Homo Sampler y el RealTime, pero agrega que la actitud del consumidor artista

no es sólo el informado o el que tiene a mano el libro de reclamaciones, sino *el que se toma en serio lo que sólo debería tomarse metafóricamente*, respondiendo así a la seducción fría de la compra con la pornografía emocional y crítica (Porta, 2008: 349).

Este posicionamiento, complementario a lo dicho sobre el Homo Sampler, busca la atención de aquello que realmente dice algo, es decir, denuncia la materialidad, critica las banales obras de arte que sólo se decantan por la expresión metonímica de lo mismo, de los conceptos vacíos que no apuntan a ningún objeto sino que son autorreferenciales y por lo tanto cerrados en sí mismos. Este tipo de “arte-herramienta” desvirtúa la temporalidad histórica en la que están elaborados y se dan al uso libre y democrático del espectador. Evidentemente no es un reproche al arte contemporáneo sino una crítica constructiva que intenta que el arte toque el devenir de la progresión histórica.

3.1.3. €®\$, LA SUPERPRODUCCIÓN DE LOS AFECTOS

Al comienzo de este libro Eloy describe el porqué del nombre “€®\$”, sobre el cual dirá que más allá de vivir en un mundo en el que los afectos se materializan en productos de consumo muy variados (más que nunca) también vivimos en un contexto simbólicamente construido a través del cual hablamos de nuestros afectos transmutándolos en aptos para la sociedad. Los símbolos del euro y el dólar encarnan la monetarización sistemática actual de los símbolos creados (representado como marca registrada) que acogen lo que emerge del agujero afectivo generado por la falta, cosa que el capitalismo se empeña en comprender no por “buena fe” sino por *no morir de hambre*. De algún modo hay un secuestro de lo íntimo elevado, transustancializado, a lo público donde será tratado atendiendo a las necesidades económicas que la situación histórica demanda¹²⁶. Porta dirá que «la individualidad es reformulada en términos de *branding, packaging y marketing*, entendidos como expresión del yo y como búsqueda emocional y publicitaria del Otro» (Porta, 2010a: 10). Esa falta de la que hablaba hace un momento tiene un valor «psicológico, sensitivo, espiritual y, sobre todo, afectivo: esos factores, combinados, configuran la dimensión intangible de una relación, sea de pareja, de amistad o de otro tipo» (Porta, 2010a: 10). Con esto Porta se refiere a la *intimidad* que en los tiempos contemporáneos se presenta como un «espacio hueco, arrasado por los otros tres factores [€, \$ y ®], pero también llenado por ellos. Sin ese hueco no hay dólar, ni euro, ni marcas registradas. Sin él no hay transferencias emocionales, ni sentidos, ni sentido» (Porta, 2010a: 11).

¹²⁶ Las consecuencias de esta privatización o publicación de lo privado según lo concibe Pardo son el deterioro paulatino de lo íntimo «porque, traducido al lenguaje de lo público y de lo privado, lo íntimo y lo común sólo pueden aparecer como ruina y miseria» (Pardo, 2016: 211), y por otro lado, la esfera de lo público y lo privado se arruinan porque al intentar hacer pasar lo común y lo íntimo por dichas esferas lo único que resulta es en *impropiedad y expropiación* (Pardo, 2016: 211). Ante esta desfiguración mutua señala que «la privacidad [lo privado, lo prohibido] es algo que *debemos* al pacto social y que, al permitimos ser propietarios, lleva aparejado el signo de una cierta “riqueza”; la intimidad [lo personal e inconfesable en la esfera pública], al contrario, es algo que el pacto social *nos debe* a nosotros y que, al retirarnos toda propiedad, se expresa casi siempre como “pobreza”, “desnudez” o “vulnerabilidad”» (Pardo, 2016: 211). Esto último a lo que apunta Pardo como ya veremos en los distintos análisis de Porta es la cantera de la cual la economía emocional hará sus finanzas expropiando el sentir paupérrimo para vender esperanza (*promesa de cumplimiento*) a través de productos de consumo afectivo masificados.

Como una deforestación, todo el espectro afectivo ha sido re-cultivado para que crezcan en su lugar palmeras de plástico, neones con extrañas pero atrayentes figuras y olores a ambrosía, dejando la historia de los afectos en suspenso como gotas de lluvia sobre lianas de poliuretano. Aun siendo una visión catastrofista esta situación puede apuntarse en dos direcciones: en la consideración de un esencialismo afectivo o en que dichos afectos nunca han existido y la única forma de darles sentido es precisamente por el lenguaje de la cotidianeidad. Esta segunda opción es la que precisamente estudiará Porta, a través de un análisis de la cultura de consumo afterpop como es tradición vistos los dos análisis en sus anteriores ensayos.

Empezando sus incursiones Porta señala que el *marketing* ha optado por una posición en la cual ejercen de *correa de transmisión desde el mundo del amor hasta el del capital* (Porta, 2010a: 13). Los creadores publicitarios toman prestadas las corrientes afectivas del momento y aprovechan su narrativa misma para ubicarla dentro de la dinámica del consumo. Al margen de parecer *naif* esta declaración es un trabajo asombroso el que realiza Porta al señalar que el mismo lenguaje de la época empleado para descifrar las complejas relaciones humanas está repleto de términos economicistas, de hecho es un «lenguaje económico con interludios humanos» (Porta, 2010a: 15). La publicidad asume las relaciones simbólicas del momento histórico y se ofrece como salvación o mejora de las relaciones que se mantienen. De algún modo atienden a las necesidades afectivas, a las preocupaciones gestadas por las generalidades de la época: la crisis económica, el poliamor, el aumento de los divorcios, la libertad sexual¹²⁷, el ecologismo, la globalización, las redes sociales, etc... Pero, como todo bien de consumo, *comodities*, exigen una compensación: más allá de pagar una cuota, exigen el registro de la persona, un *me gusta* en la catedral de Facebook o un *follow* en el aeropuerto sin aviones (con atentados políticos) de Twitter. Porta indica que

¹²⁷ Precisamente sobre la liberación sexual y sus relaciones con la sexualidad reproductiva y su *producción* como apunta Porta, Bauman dirá que «la archiconocida brecha que separa al sexo de la reproducción cuenta con la asistencia del poder. Es un subproducto de la condición líquida de la vida moderna y del consumismo como única y exclusiva estrategia disponible para “procurarse soluciones biográficas para problemas producidos socialmente” (Ulrich Beck). Como resultado de la combinación de estos dos factores, el tema de la reproducción y el nacimiento de los hijos se aleja de la cuestión del sexo e ingresa en una esfera totalmente diferente, que opera según una lógica y un conjunto de reglas por completo diferente de las que rigen la actividad sexual. El desconsuelo del *homo sexualis* está predeterminado» (Bauman, 2015: 66).

en la Era Afterpop el imperativo « ¡date! » surge en muy diversas instancias, de la cuales la publicidad es sólo la más manifiesta: expresa tus padecimientos (psicoanálisis), compra para atenuarlos (consumismo), explícalos y ordénalos (psicología social), usa las nuevas tecnologías para escenificar tus dolores (moda), instala una *webcam* sobre tu cama (internet 2.0, el espacio de l@s novi@s). Quien silencia sus males y retiene sus bienes no es el buen amante, sino el agarrado, el reprimido (Porta, 2010a: 17).

Éste movimiento dislocatorio según comenta más adelante Porta es un *desahogo psicológico y emocional* cuya expresión gira en torno a distintas figuras afectivas construidas socialmente, donde se suman, uno tras otro, testimonios más o menos diferenciados de una misma dinámica. Y como indica irónicamente, «sólo en segunda instancia, [tras el desahogo] una instancia lucrativa» (Porta, 2010a: 18).

Éstas dinámicas, como mencioné antes, utilizan un lenguaje economicista, y un caso ejemplar de ello son las rupturas de pareja en las cuales la «percepción atenuada y distante de la dinámica del trato es sustituida por una mirada retrospectiva, técnica y contable. Ahora, el lenguaje economicista ya no es una figura de retórica: es la realidad, no había otra» (Porta, 2010a: 19). De esta forma, uno evalúa como fue la relación y busca el modo por el cual “volver al mercado” tras la ebriedad del romance mediatizado. El retorno, al igual que el proceso de flirteo, enamoramiento, resquemores, incomprensiones, y finalmente ruptura y superación, están mercantilizados y seguramente tendremos un *kit de emergencia* para solventar estas disyuntivas en las que los afectos® nos sitúan. Porta señala de la mano de José Luis Brea que el

mercado realiza tareas de *extensión* (yo puedo objetivar mi decisión en el centro comercial), pero también, y es el caso, de *intensión* (el mercado estimula cierto comportamiento y lo hace preferible a otros, porque éste se presenta como la forma más adecuada y completa de manifestar el cambio y externalizar la nueva identidad) (Porta, 2010a: 21-22).

De este modo el amar es un simulacro, un espectro muy real cuya presencia delimita lo sagrado de lo prohibido. Al igual que lo totémico y lo tabú explicitado por Freud, el mercado marca las fronteras del amor bajo sus políticas de liquidez afectiva total. Insistiendo en esta idea Porta añade que no tenemos un idioma distintivo que nos habilite hablar del amor, en tal caso lo que podríamos emplear es un

lenguaje de segundo grado, es decir, un lenguaje elaborado a partir de los parámetros del usual, o nada ya que «ha sido sustituido por la jerga del ábaco y el íbex» (Porta, 2010b: 25).

Continuando con el análisis Porta de la mano de Kierkegaard en *Estética del matrimonio* recupera una pregunta que éste mismo se hizo en el libro: «¿cómo escribir una novela o una obra de teatro, si ya no hay obstáculos para la realización del querer?» (Porta, 2010a: 30). La respuesta, parcial, a esta pregunta se halla en la estetización del dinero como un obstáculo para el cumplimiento del deseo. El dinero hace de motor para el mismo acontecer del dinero como obstructor del querer. Es por esto que el mismo Kierkegaard comenta que «sólo a partir de una estetización de sus obstáculos y limitaciones podemos empezar a hablar de la pareja» (Porta, 2010a: 30). Esta dinámica de la estetización del obstáculo es empleada por el *capitalismo emocional* en el cual los productos de venta y formas de producción pasan por la sensibilidad del consumidor (Porta, 2010a: 31). Con este procedimiento el objeto de consumo adquiere, más allá de su materialidad concreta, el significado gestado por una producción estética de las dificultades, ya sean estas de clase, patológicas, idealistas, etc., siempre es cuestión de, empleando un término heideggeriano, existenciarlos.

Con esta estetización la diferencia entre lo natural y lo artificial queda bajo el mando de los medios publicitarios, y es presentado como un sentimiento que es a la par humano y mecánico, como un proceder pautado y sistematizado recubierto de silicona color carne¹²⁸. A este proceso Jean-François Lyotard lo llama *circunversión*. ¿Qué significa? La circunversión, como comenta Porta, se refiere a la apropiación de los movimientos afectivos parciales, como las pulsiones, para que a continuación sean

¹²⁸ Esta tesis también es sostenida por Žižek en *En defensa de la Intolerancia* al señalar que la simulación de los afectos no sólo hace que el sujeto se sienta como “en sí mismo” sino que *los provoca* «confiriéndoles una forma exterior ajustada a la expresión ritualizada (así uno puede «ponerse a llorar», etc.), de modo que, aunque empiecen como un simulacro, acabamos por «sentir realmente» esos sentimientos... » (Žižek, 2010: 136). Ante esto el mismo Žižek continúa unas líneas más abajo señalando que el ritual obsesivo (derivado del propio sistema económico capitalista obsesivo) es un acto vacío en el cual no asumimos la verdadera emoción que se halla tras un hecho. El ejemplo que pone es el de la muerte de un ser querido en el que «asumimos gestos de lamento para *no* experimentar el verdadero dolor provocado por la ausencia del allegado cuya muerte lloramos» (Žižek, 2010: 136), y en la página siguiente el de un *tamagochi*, dispositivo digital de juego en el que se debe cuidar una figura virtual. En éste último ejemplo señala como el niño (o adulto tanto da) juega con un ser virtual que no puede morir sino que puede resucitar y en tanto que esto sucede la muerte no adquiere su trágica dimensión (Žižek, 2010: 137).

codificadas dentro del cuerpo social donde los intercambios circuiticos se dan. Retomando lo dicho en la sección sobre el objeto *a*, las pulsiones parciales son aquellas que se manifiestan en una parte del cuerpo (mano, pie, pene, vientre, estómago, lengua, etc...) caracterizadas por un movimiento circular acéfalo y la intersección con el objeto agujereado por el objeto *a* y auxiliado por el *fantasma*. Por lo tanto, lo que tenemos es un modo mediante el cual el fantasma codifica el objeto *a* permitiendo así la satisfacción del deseo. De este modo, Porta señala que «la lucha política y privada se reformula, entonces, como el debate sobre las estrategias y modos de la circunversión» (Porta, 2010a: 32). Es decir, cuales son los modos mediante los cuales hacemos cargo del deseo. Pero esta discusión se muestra en los media a través de la exaltación de ciertos afectos en comparación con otros, de modo que la codificación de los afectos es más bien el secuestro de los afectos. Pero, ¿por qué secuestro si es precisamente una herramienta que permite asumir los afectos, dándoles voz? Por el simple motivo por el cual esta codificación se halla entrelazada con los intereses económicos que emergen del mismo sistema económico. Es por esta razón por la cual cuando se habla de capitalismo emocional se habla de consumidores cuyo cuerpo (pulsiones parciales) es sobreestimulado por las políticas empresariales (Porta, 2010a: 33). Cada una de las empresas que se hallan en el mercado tienen la función de estimular una parte del cuerpo del consumidor alterándola y reconfigurándola con cada producto producido por distintas empresas. La sensibilidad de los sujetos en la era afterpop se sustrae a los espectros que barnizan los objetos de consumo atravesándolos de lado a lado para que la experiencia sea no sólo pronosticada como satisfactoria sino que demanda serlo.

¿Cómo “altera o reconfigura” esta dinámica del capitalismo afectivo? Un ejemplo claro lo tenemos en la publicidad, la cual es utilizada como nodo, punto de cruce entre *sensibilidad*, *racionalidad*, *sexualidad* y *desazón* (Porta, 2010a: 34). En la publicidad se muestran mensajes chocantes, como por ejemplo el que propone Porta al inicio del capítulo de Cash Converters, una tienda de empeños, en el cual el texto dice: «¿Tu novi@ te ha puesto los cuernos? Végate vendiéndonos los “regalitos” que te hizo» (Porta, 2010a: 13). Aquí el mensaje impacta directamente en el sujeto apelando a su intimidad, a su privacidad, su sensibilidad más inmediata, para a continuación ofrecerle una solución práctica con retribución (aunque sea monetaria, el gesto simbólicamente funciona ya que se deshace de él o ella). Más allá Porta ve una

presuposición de actividad sexual (los cuernos) pero vaciada de contenido, lo cual genera en el sujeto, y aquí Porta invoca a Mario Perniola, un *sentimiento de vacío* al dislocar la concreción de sus secretos más íntimos a la esfera pública racionalista. Es por esta razón por la cual en la publicidad están yuxtapuestos los cuatro registros que mencioné: sensibilidad (choque publicitario), racionalidad (retribución), sexualidad (vaciada de contenido pero insinuada) y desazón (el sentimiento paupérrimo por lo embarazoso de la situación). Cabe añadir que el mismo anuncio no utiliza ninguna imagen sino que se mueve por el ámbito de la literalidad más indiscreta. Este es, señala Porta, el giro del capitalismo emocional.

En el capitalismo emocional los mensajes no intentan persuadir al receptor, sino implicarlo: el lector, o el oyente de música, se siente arrebatado por esa duda, porque es en el espacio que abre la incógnita, en el contraste entre la definición ideal de amor y sus prácticas y manejos reales, donde aprendemos lo que significa querer en cada momento de la Historia (Porta, 2010a: 37)

Es por esta razón que hablo de secuestro, ya que *implican* al receptor dejando la persuasión en otro grado mucho más pobre. Lo que sucede con la publicidad es que se muestra a sí misma siendo lo más obscena y verídica posible, y la única manera de hacerlo es mediante las confesiones de la vida privada. El pistoletazo de salida fue en 1992 de la mano de David Kirby, como señala Porta, quien realizó una campaña publicitaria para la marca Benetton en la cual se mostraban cuerpos enfermos con sida agonizantes en postura semejante a la de la Pasión de Cristo (Porta, 2010b: 39). Con esta nueva estética del desvelamiento obsceno la publicidad se muestra como carente de mentiras, ningún truco de magia, la crudeza fría, analítica, técnica y racionalista de los afectos¹²⁹.

¹²⁹ Sobre este asunto Francisco José Martínez posee dos capítulos en los que habla justamente de la distinción entre la vida privada y la vida pública desde Michel de Montaigne, y por otro lado, que en mi opinión es uno de los temas principales del libro, la estética de la pintura Barroca y sus impactantes imágenes cuyo espectro se mueve entre cuerpos dolientes (aquellos que padecen las injurias de los tiempos) y cuerpos triunfantes (los que se salvan por su participación en con la Iglesia, monárquica) (Martínez, 2014: 39-46, 61-67). Precisamente, señala Martínez que la época actual está en cierto modo emulando la dinámica publicitaria que tanto se utilizó en el Barroco debido a la depresión económica y a la multitud de guerras entre protestantes y católicos, que además de inestabilidad religiosa, habían problemas políticos entre los Estados absolutistas, el mandato jerárquico de los reyes, y los parlamentos, grandes cargos que se encargaban de la administración del territorio. Para más *inri* la burguesía, las clases bienestantes, comenzaban a poner las bases de lo que sería hoy en día el capitalismo. Las semejanzas

Es por ello que el capitalismo no rechaza el amor en pos del lucro sino que se mete en lo más hondo de éste para producirlo y estimularlo. El lucro en tal caso adopta las mecánicas del amor, de los afectos, y es por ello por lo que el mismo lenguaje se ha visto afectado por esta dislocación *producida* por el capitalismo emocional. Éste habla de la cotidianidad más íntima para no solamente hacerla pública sino globalizarla. La cuestión de fondo es que la dinámica del capital no decaiga y lo más importante en el sistema es que el mismo capital fluya sin cesar. Porta señala, junto con Jean Baudrillard y Boris Groys, que la filosofía posmoderna del acontecimiento cuyo objeto de estudio es el *instante imprevisto* y el *azar impecable* (Porta, 2010a: 41), es producto del mismo capitalismo emocional. El fluir del acontecimiento es asemejado al del mercado. Es por esta razón por la cual el mismo Groys citado por Porta dirá que «el sentimiento oceánico de nadar en un mar de signos desubjetivado, infinito e inabarcable, es hoy día el abecé de la estrategia de mercado, y le resulta familiar a cualquier accionista» (Porta, 2010a: 42). En referencia a esto Lipovetsky también criticará el posicionamiento posmoderno (*hipermodernidad*) desde el campo de las artes el cual lo definirá como aquel lugar en el que no existe ninguna apuesta superior, «sin desafío real, sin oposición importante, un dominio que, por no tener ya significados de peso, tiene a confundirse con el de la moda»¹³⁰ (Lipovetsky, 2016: 216).

¿Cómo se puede apreciar este devenir acontecimental de los afectos en el capital? En la publicidad el *leitmotiv* que moviliza a todo director creativo es pensar las relaciones como un flujo indefinido, en el cual la promiscuidad se convierte en la figura central y rutinaria para que *corran los números*. De hecho, como señala Porta, la idea de “fidelidad” es una mera incitación de su opuesto (Porta, 2010a: 43). Un ejemplo de esto lo vemos en un anuncio de la compañía telefónica Amena, en el cual se aúnan lo *personal* con lo *relacional indefinido* en una misma frase: «con el nuevo plan Amena puedes llamar a las cinco personas que tú quieras» (Porta, 2010a: 43). En este anuncio

entre aquel periodo y el actual tras un repaso a los distintos temas en los Martínez profundiza podría declararse que la época actual es *neobarroca*.

¹³⁰ Y continúa diciendo: Happenings, provocaciones, performances, ready-made de última generación, basura de todo género, v«ídeos en los que no pasa nada, exhibición de la intimidad, puesta en escena de la inmundicia, la banalidad, la incongruencia: todo el panorama del arte actual se presenta como espectáculo ridículo, una especie de «despilfarro» de la ostentación, un espacio en que todo y cualquier cosa puede ser expuesto y comercializado» (Lipovetsky, 2016: 217).

también se unifican los cuatro factores mencionados antes (*sensibilidad, racionalidad, sexualidad y desazón*) pero además habría que agregarle que lo personal y lo relacional indefinido se dan conjuntamente en el “cinco personas que *tú quieras*”. En esta vaga declaración se da la posibilidad de llamar a quien sea, sean familiares o amigos, etc... pero por otro lado también se puede llamar a amantes, relaciones extramatrimoniales, etc... En esta ambigüedad cabe cualquier sentimiento y necesidad del mismo usuario que adquiere dicha oferta.

Aun así, teniendo la posibilidad de utilizar los servicios de la compañía como fagocitante de la vida sexual del individuo, o como señalará más adelante Porta, caer en el inmoralismo, usualmente lo que suele suceder es precisamente lo contrario, y es que, como apunta el sociólogo francés Pierre Bourdieu, se da el fenómeno de la *nobleza obliga*. ¿Qué significa? Es la convicción psicológica por la cual uno actúa compensando al otro sin que éste le pida nada a cambio, reconociendo el gesto devolviéndoselo. Ante la aparición de un anuncio que ofrece un servicio que se preocupa por mantener cerca a los tuyos, como el de Amena, la nobleza obliga emerge como una respuesta directa al ver que ha tenido la molestia de ofrecer un producto a bajo coste, o con retribución como sería en el caso de Cash Converters (Porta, 2010a: 46). En esta ambigüedad no solo cabe todo el mundo, y la nobleza obliga, sino que se apartan las cuestiones de género al reducir lo personal a lo relacional, el vínculo al contacto, del protocolo al código, del romanticismo a la promiscuidad¹³¹ (Porta, 2010a: 49), dejando las problemáticas de la publicidad sexuada de antaño como una sutileza estructural en la que cabe cualquier género: un *código neutro*¹³² (Porta, 2010a: 47).

¹³¹ Lipovetsky señala, atendiendo a las tendencias de la contemporaneidad, que los grandes discursos románticos no han muerto sino que se han relajado los compromisos pero no sus flagrantes consecuencias psíquicas (Lipovetsky, 2016: 274-275). Lo que supone esto es que el romanticismo ha dejado de ser una relación en la cual hay un trabajo introspectivo a través del reconocimiento de sí mediante la alteridad del ser amado, por un romanticismo expreso evocado a un constante salto de una alteridad a otra en nombre del amor. La canción de Chet Baker *I fall in love too easily* encaja perfectamente en la tendencia romántica en la actualidad, ya que la constitución del amor propio es sustituida por la estética formal y repetitiva del romanticismo dentro de la economía emocional.

¹³² Porta señala en páginas posteriores que la misma figura de Don Juan como representante de masculinidad ha sido neutralizada en dando como resultado términos de ambigüedad masculina, metrosexualidad o übersexualidad (Porta, 2010a: 62). Del mismo modo la figura de la alcahueta Celestina pasó a ser puro medio tecnológico representado por las webs de citas online y programas televisivos *buscaperejas* que utilizan o bien un método científico que rastrea la personalidad genética de cada cual

Hecho pues el análisis de los medios publicitarios Porta dirige el discurso hacia las emociones y su manifestación cultural, la estetización de los afectos. La emoción por la que comienza es la del *vacío*. Este afecto también visto como *desolación* o *temblor existencial*, siendo sinónimos de la ya conocida *angustia*, fue representado en el siglo XX por Jean-Paul Sartre y Albert Camus¹³³ gestando una corriente llamada *existencialismo*. Con este sentimiento de moda se enaltecieron figuras hurañas, solitarias, que coqueteaban con el suicidio y con el asesinato... ¿Por qué se puso de moda? Una de las razones principales fue la situación histórica en la que se hallaba no sólo Francia sino el mundo entero: dos guerras mundiales cuyas consecuencias humanas fueron devastadoras, crisis financieras y por ende empobrecimiento general de la vida, implantación de distintas políticas de exclusión social por los regímenes totalitarios cuyo *racismo de estado* hundió aún más la línea de desigualdades, etc... Esta emoción estaba en el aire y por lo tanto podía ser experimentada por todo el mundo. Es por esta razón por la cual la economía cultural dio cabida a este tipo de géneros teniendo como objetivo la explotación financiera (Porta, 2010a: 56). Pero llegados a los años ochenta el sentimiento de vacío, viendo la recuperación de la economía, fue paulatinamente sustituido por otros «de lujo o semilujo como “la insoportable levedad”, y quedó reducido [el sentimiento de vacío] a algunas áreas muy restringidas de especulación financiera» (Porta, 2010a: 57). Así la explotación de las emociones tomó un cariz cada vez más serio ya que realmente funcionaba. ¿Y cómo es que realmente funcionaba?

Porta en las siguientes líneas trata de responder esta última respuesta con el análisis de una emoción estructural: el *alivio*. Esta emoción se da justamente en el momento en el cual el sujeto se halla en una situación complicada y compleja, y se vé *interpelado* (término utilizado por Louis Althusser para definir el fenómeno en el cual no sólo se reclama la atención del individuo sino que le convierte en parte de una red institucional, por ejemplo, cuando uno es parado por un policía) por la publicidad, en el momento en el cual éste toma distancia de la publicidad se relaja y puede continuar su

para hallar la pareja perfecta, o por otro lado, presentan un espacio neutro en el cual los mismos prejuicios de los participantes sirven de soporte para el formato *neutro* del mismo programa.

¹³³ También están las figuras de Dostoievski, Tolstoi y Franz Kafka entre otros tantos que cabrían dentro de la corriente, pero Porta se centra en la figura de los dos escritores franceses.

paseo nocturno. ¿Qué ha sucedido? La publicidad ejerciendo su papel desde el humanizado corporativismo interpela al sujeto introduciéndolo en una red de significados que pueden llegar a sustraer su afecto, su identidad personal, e institucionalizarla. La ambigüedad emocional en la cual el sujeto se halla es resuelta al coordinarse con la publicidad, ya sea de forma negativa o positiva (es decir, identificándose o no con ella). Este proceso resulta en el alivio del sujeto al encontrarse en algún lugar teniendo como pivote el anuncio publicitario. Lo que pasa con esto es que la *relación personal* pasa a ser un asunto institucionalizado en lugar de hallar el acuerdo entre individuos cuya sentimentalidad descoordinada para sí y los demás es justamente el *quid* de toda la complejidad emocional que se deja marginada en pos de la concreción determinista y al mismo tiempo neutralizante que se muestra en la publicidad. El alivio pues ejerce de nexo entre la publicidad y el sujeto interpelado (Porta, 2010a: 65-67).

Precisamente una fuente de recursos impactantes, e interpelantes, que han sido utilizados por la publicidad y los medios de comunicación ha sido la redefinición de *lo humano*. ¿A qué se refiere esto? Porta lo explica perfectamente, no sin ironía, señalando que

puesto que en el Primer Mundo no quedaban ya Valores, era necesario ir a buscarlos al Tercer Mundo: de ahí se deriva una línea de productos de tercera categoría que fueron embellecidos con ese membrete, y que incluyen los alimentos de comercio justo (incomestibles), las tiendas de ropa de temporadas pasadas (llamadas «Humana»), algunos juegos de azar (como el Sorteo de la Cruz Roja) o los objetos tribales, cuyo éxito cabe atribuir a una creencia supersticiosa por la cual algunos consumidores se mostraban convencidos de que los «sujetos étnicos» que al parecer fabricaban esos objetos, siendo individuos de una cerrazón cultural impenetrable, devotos de quince dioses y con una esperanza de vida de treinta años, eran «más humanos» que ellos mismos (Porta, 2010a: 68)

Lo humano se muestra pues como el lugar donde *falta algo* más allá de la evidente falta del gusto, ese algo que falta es precisamente lo que atrae a los consumidores, pero a cambio se sitúa en el lugar de la balanza en el cual los Valores están por todas partes. Esta corriente no sólo se da en los productos de consumo justos como los nombrados por Porta en la cita, sino que también pasan al cine y otros medios de expresión artística. En el cine en particular hay un género de Vanguardia conocido

como *cine humano* en el cual el gusto del espectador se sitúa en la experiencia de cine con Valores en los cuales se muestran personajes que presentan una ejemplaridad ciudadana o, como vengo diciendo, humana (Porta, 2010a: 68). Ejemplos de este tipo de cine lo encontramos en títulos como *La vida secreta de Walter Mitty*, la adaptación filmográfica de la novela *Come, Reza, Ama* escrita por Elizabeth Gilbert, *(500) Días Juntos*, *El indomable Will Hunting*, entre otras muchas sobre todo con la implosión de las películas *independientes* (o cine indie) en las que se narran historias plagadas de la exaltación de Valores, con excepciones evidentemente. Visto así, parecería que este cine es “bueno” debido a la exaltación de ciertos afectos contra otros de mala fe, pero como suele suceder no todo lo que reluce es oro, sino que precisamente lo que sucede es que estos valores se adscriben a una *normativa libidinal*, término éste extraído por Porta de Michel Foucault, cuya pretensión es la inscripción del espectador en «una penalidad que no tiene por función el responder a una infracción sino corregir el comportamiento de los individuos, sus actitudes, sus disposiciones, el peligro que significa su conducta virtual» (Porta, 2010a: 72). De esto se deriva que hay una cierta *ley de la libido* que, aun no estando escrita, se escribe sola. A ésta Porta la ubicará dentro de lo que llama *derecho natural*. Este derecho natural da cuenta de todo aquello que cae fuera del marco legislativo, es decir, la *ley de la calle*, «la parte de las prácticas privadas que, siendo de obligado cumplimiento, no está consignada por el Derecho» (Porta, 2010a: 72). Son convenciones comúnmente aceptadas, reconocidas, y cuyo impacto en los individuos se da por la recriminación de la comunidad misma o por la “culpabilidad”. ¿Por qué esta legislación de la libido es importante? Porque justamente es de la que se encargan de producir los medios de comunicación relacionadas con *lo humano*, dando como resultado el cine humano, el consumismo humano y todo aquel plástico con color carne¹³⁴. Una de las representaciones más evidentes de esto es el género fílmico de las

¹³⁴ En esta dinámica que atiende a lo *humano* siguiendo las lecturas de Michel Foucault, Lipovetsky señala que la aplicación de las nanotecnologías en la vida cotidiana hace que la supervisión de la condición humana se concentre al nivel de la microfísica del poder y no ya en los grandes conjuntos. Lo que es relevante pues son las «materialidades ínfimas» (Lipovetsky, 2016: 134). En la era de las nanotecnologías el consumidor al tener a su alcance todo tipo de controles e informaciones es consciente de más y más saberes cuyas consecuencias son la fagocitación de su propia conducta obsesiva en referente a la imagen de ligereza que reitera la economía emocional, puramente instrumentalista (Lipovetsky, 2016: 136). La tecnología de los afectos deja al sujeto absorto por la realización de su actividad despojándole del sentido de ésta y situándole en una dinámica puramente instrumental, técnica (Lipovetsky, 2016: 139).

comedias románticas. En ellas se dispone una historia plagada de reglamentaciones pedagógicas de las cuales Porta extrae tres características fundamentales, las cuales son:

a) Consignar los cambios recientes en las costumbres libidinales de la época, y las últimas incorporaciones a sus códigos. b) Articular esos cambios en el relato de un comportamiento libidinal normalizado, por medio de una estructura narrativa dividida en dos momentos: *drama moderado* (en la primera parte de la película) y *comedia con final feliz* (en la segunda parte). La frase dramática representaba el proceso de negociación de la novedad: la comedia mostraba, de manera didáctica, su resolución ejemplar, que causaba alegría y alivio. c) Ofrecer las indicaciones y sanciones principales respecto del uso cotidiano de ese nuevo código, diferenciando los comportamientos regularizados y los excéntricos (Porta, 2010a: 74).

Con estas tres características señala, no solo la estructura narrativa de este género, como la diferencia entre el comportamiento aceptable y el heterodoxo ha sido embellecida. Sarcásticamente dice Porta que las aduanas se han decorado de tal modo que parezca una transición natural y preciosa. Justamente esta estetización del derecho natural fue uno de los objetivos del mercado afectivo. La historia más usual dentro de éste género es la presentación de una situación sumamente descompensada (los ejemplos que propone son tres películas en las que el protagonista se halla en una situación afectiva muy por debajo de la persona de la cual se queda prendado: *Algo pasa con Mary*, *Mi Vida en Ruinas* y *Pagafantas* (Porta, 2010a: 74-75) en las cuales el protagonista principal ante determinadas situaciones decide tomar una decisión para resolverse de la forma más conveniente. Esta resolución, presentada veladamente como *tips*, alcanza su culminación cuando consigue lograr su objetivo final, o por causas del destino no lo consigue pero se lleva consigo una hiperbólica lección al recordar los hechos plagados de gags que hacen que la película suavice¹³⁵ su dictamen.

¹³⁵ De hecho sobre la “suavización” de lo trágico, de lo pesado, no hace precisamente que lo importante se torne menos relevante, sino que por el contrario equivale a la exigencia de no tomárselo todo a pecho, a relajar las formas y ser cultivado y sabio en el ámbito relacional e íntimo. Lipovetsky dirá, haciendo referencia a la suavización de las modas, que «cuanto más se debilitan las órdenes indumentarias, más se deja sentir la fuerza de las normas del cuerpo delgado y joven; cuanto más crece la autonomía individual, más se intensifican las nuevas servidumbres del culto al cuerpo, las «tiranías» del neonarcisismo. La reducción de las obligaciones de honorabilidad social a través de la indumentaria tiene por contrapartida un culto al cuerpo, inquieto, obsesivo y eternamente insatisfecho, caracterizado por el deseo de no envejecer, de no engordar, de no tener arrugas, por el afán de vigilarse, prevenirse, corregirse, compartido por los dos sexos, pero más sistemáticamente interiorizado y practicado por las mujeres» (Lipovetsky, 2016: 184-185).

Tras el análisis de la comedia romántica y el alivio como emoción estructural pasa a examinar otro afecto: la *nostalgia*. Porta nada más comenzar la sección nos ubica:

Melancolías de una niñez que no vivimos (en las imágenes televisivas), de una generación que no es la nuestra (en la primacía generacional en el poder), de un pasado que no existió (en las fabricaciones estéticas de la Historia como simulacro), de una moda que no seguimos (en el *retro*), del retorno de un *retro* perdido (en el *neo-retro*), de una década anterior a nuestra infancia, de unos valores que jamás habíamos experimentado. Los dispositivos del complejo informacional no sólo llevan a cabo todas esas transferencias emocionales, sino que nos exigen que las aceptemos con *goce*, verbigracia, que nos sintamos arrobados por la pérdida o confortados por el retorno (Porta, 2010a: 77).

Y justo unas líneas más abajo señala que esta emoción al estar anclada a un pasado “perdido” y constantemente buscado en distintos objetos resonantes acaba por mantener el vínculo so pena de perder lo que ya se perdió pero no cesa de retornar demandando reconocimiento. Este pasado perdido, como señala en la cita, es un simulacro en el cual se manifiestan distintos sentimientos en el conocido código neutro situando en él el recuerdo de un tiempo idílico que comparado con el presente por contraste acaba por ser un lugar de refugio, cuya imaginería permite al sujeto un alivianamiento existencial siempre abocado a la repetición de dicho paraíso plastificado. Como señala Porta, «a medida que el desarrollo del consumo fue borrando el conocimiento específico del pasado y redefiniendo el presente como la *summa* y la conclusión en curso de todos los tiempos históricos, éste se fue llenando de espectros» (Porta, 2010a: 78).

Un ejemplo de esto se puede constatar en las reediciones hechas de novelas bajo el título de *Best Seller*. En primer lugar estas obras tienen un reconocimiento público que se plantea entre los términos de *excelencia*, *valía* y *nivel*. Tras esta valoración de la crítica y el público esta obra iba dejando lugar a nuevas obras hasta quedarse “abandonada” en el desván o en la biblioteca de las librerías. El retorno de dicha obra bajo la égida del best seller provoca un giro en el *valor intrínseco* de la obra cambiándola por el *valor nostálgico* de ésta. Los recuerdos que trae consigo al igual que toda la imagen de la época en la que ésta obra fue publicada, retornan en una nueva edición de tapa dura o de bolsillo. Evidentemente hay muchas más

representaciones de esto, como por ejemplo en algunos cines en los que se reproducen ciclos de cine en blanco y negro, los fascículos de quiosco que traen figuras o tebeos o cualquier objeto que haya pertenecido a una época previa, etc... Esta dislocación que provoca la nostalgia habilita el compartir los afectos con el resto pero no elevarlos a un sentir correcto sino más bien remoto.

La política de la nostalgia, que es una forma de dictadura generacional, se vuelve tanto más repugnante en tanto que nos retrotrae, treinta años atrás, a los tiempos de la idiocia emocional, del subdesarrollo erótico, de la miseria relacional, del analfabetismo intersubjetivo, del sexismo rampante, de la homofobia imperativa (Porta, 2010a: 80).

El retorno nostálgico en lugar de permitir la reconfiguración del presente en pos de una elevación de éste y un nuevo modo de interpretación en base al valor retrospectivo contrastado con el presente, es decir, la constatación del progreso histórico, la nostalgia aliena al sujeto en una ficción melancólica de la cual se extraen un sentimiento de culpabilidad y el ansia por el reencuentro con *uno mismo* a través de una revisión reincidente y enbuclada como ya se pudo constatar en el análisis que hizo Porta en *Homo Sampler* al profundizar en el concepto de *lo primitivo* en la expresión artística y en los medios de comunicación.

La vida de los objetos físicos como se puede ver fue perdiendo paulatinamente su valor y fue adquiriendo un valor metafísico anclado en lo nostálgico. Este cambio no es un hecho aislado sino que el mismo capitalismo afectivo fue cambiando la experiencia física, con los objetos de consumo, por la experiencia inmaterial. Lo que se venden no son productos de consumo sino afectos. Según comenta Porta, este salto de la cultura material a la inmaterial se dio por la falta de recursos básicos y el ahorro de éstos mismos al no tener que invertir en materia prima para la fabricación de un producto de consumo, lo cual generaba más ingresos (Porta, 2010a: 82). Las relaciones humanas fueron virando la dinámica ciudadana hacia una *experiencia intersubjetiva total y constante*. El torrente de comunicaciones aumentó por la obsesión de compartir y conversar aun sin tener nada que compartir ni por conversar. El desplazamiento del afecto momentáneo hacia una urgencia social y por la manutención de cierto estatus ante el Gran Otro como ser social se muestra como una exigencia comunicativa. Los portales como Facebook, Twitter, YouTube, o cualquier

plataforma relacional se dispone como un lugar que espera hacer público algo privado, y con dicho gesto recibir la aprobación personal como alguien corajudo o alguien que no tiene pelos en la lengua al señalar sus gustos o valor políticos¹³⁶. Es un atrevimiento que pasó de ser un compartir concreto a uno superlativo y anclado en la nube a la vista de todos los registrados en la red social. La red social, como corporación, «emerge como un mediador económico y libidinal [provocando que] las culturas alternativas empiecen a ser redefinidas como *estilos de vida alternativos*; la estética cede el paso a la biopolítica» (Porta, 2010a: 89). Es así como se fabricó el concepto de Persona. El único modo de acceso a la sociedad, es decir, devenir Persona, era mediante la aceptación de las formas de comunicación de los tiempos y las preocupaciones aledañas. Las Personas, atentan contra aquello que cae fuera del modo de proceder comunitario, no solo comunicativo sino comercial (cuya línea de separación está muy difusa, incluso embellecida), justificados por la pertenencia a lo Humano, ya comentado anteriormente, que mediante un discurso de Humanidad hacen que el sujeto, a través del mito de la redención colectiva, sea inducido al deseo por consumir productos de distinta índole comercial y medios de comunicación contemporáneos. Pero no todo tiene resonancias conspiranoicas o sectarias sino que este mismo proceso de Humanización provoca un daño colateral al mismo sistema capitalista, ya que se crean nuevas formas de individualidad, reconocimiento y afecto. Precisamente es mediante el sentimiento de *decepción* como emoción deconstructiva por la cual los sujetos dan cuentas de las limitaciones del producto de consumo. Es por esta razón por la cual el mismo objeto que servía para comentar hace unos años atrás cualquier cosa, se está utilizando actualmente para hacer declaraciones políticas y hasta incluso elaborar querellas en las que se pone en duda los límites del humor so pena judicial. Porta señala que

el economicismo utilitarista norteamericano, en su intento de obtener el máximo beneficio en el menor espacio de tiempo posible, con su manifiesto desinterés por toda consideración moral, con su notorio desdén por la tradición, por el valor intrínseco del sujeto,

¹³⁶ Tiquun con sus estudios sobre la Jovencita, figura que encarna la ideología consumista, biopolítica y neoliberal diseminada mediante dispositivos sociales en la cotidianeidad, sigue la misma línea crítica de Porta al apuntar que «no hay nada, en la vida de la Jovencita, ni siquiera en las zonas más ocultas de su intimidad, que escape a la reflexividad alienada, a la codificación y la mirada del Espectáculo. Esta intimidad sembrada de mercancías está entregada por entero a la publicidad, por entero socializada, pero socializada *en cuanto intimidad*, es decir que está sometida de un extremo a otro a un común ficticio que no le permite decirse. *En la Jovencita, lo más secreto es también lo más público*» (Tiquun, 2012: 54).

por la dignidad –por la verdad, en suma–, en ese movimiento irreflexivo hacia la acumulación de capital, ha desarrollado modos y estrategias para forrarse que, contra toda previsión, y sin un ápice de buena voluntad por parte de sus agentes, que carecen por completo de escrúpulos, han acabado generando, como efecto secundario y acaso indeseado de la voluntad de poder, formas de individualidad, subjetividad, reconocimiento y afecto que el humanismo nunca había imaginado y jamás logrará construir por sí solo (Porta, 2010a: 109).

Por lo tanto, el interés monetario de la economía emocional y relacional provoca en los sujetos un efecto secundario: el zambullirse en la complejidad de los sentimientos.

Una muestra de esto son los programas televisivos que entran en la categoría de *reality shows*, en los que se manifiestan los afectos estructurales, y en funcionamiento de la propia época, a través de infinitud de dispositivos de repetición incluidos dentro del formato televisivo. Porta analiza precisamente un concurso en el cual distintos aspirantes debían conquistar a una celebridad mediática, el programa en cuestión es *Paris Hilton's BFF*. Lo que analiza Porta es el último programa en el cual Hilton debe escoger entre tres finalistas, los cuales presentan tres tipos de discurso totalmente distintos para demostrar cuanto la conocen. Uno es psicólogo, otro sociológico y el último, que es el más interesante, es el de la aceptación de las apariencias como realidad pura. Lo que está en juego a lo largo de todo el programa es quien consigue ganarse la confianza de Paris y así ser su mejor amiga/o, y ganar así su amistad y, evidentemente, una recompensa económica. Pues bien, el discurso psicólogo encarnado por Emma, apela a la sentimentalidad, a lo que genera en ella el estar a su lado, una especie de pasión que excede los mismos canales de la cultura. Esta amistad instintiva eleva su vinculación al confesar sus sentimientos más hondos, que de modo simplista es un método muy eficiente en el campo de la inteligencia emocional. Este discurso tiene relación con lo dicho sobre lo primitivo y los sentimientos que emergen como la nostalgia o la melancolía, ambos distintos pero resonantes hacia un pasado perdido. El segundo discurso lo elabora Kat, quien es situada dentro de la sociología. ¿Por qué? Kat habla desde un proceso de sociabilización en el cual la relación que mantuvo con Paris a lo largo del programa fue dejando ver distintas facetas de ella y permitiendo que la vinculación afectiva se fuese construyendo. La amistad es entendida aquí como un proceso, y no como una intuición que atraviesa todo constructo

cultural situándolo como una singularidad *casi* mística aunque descriptible desde el campo de la psicología. El discurso de Kat reconoce el posicionamiento de Paris y el propio y señala los puntos en los que ambas han coincidido y cuáles han sido sus progresos desde el momento en que la conoció. Porta señalará que mientras «Emma intentaba presentar “el instinto” como la verdad fundamental del trato intersubjetivo; Kat, por su parte, propone el *habitus* compartido, y con ello se remite a la razón sociológica como garante de la verdad» (Porta, 2010a: 123). Y añade más adelante que *«la lucha entre Emma y Kat es un nuevo episodio de una guerra conceptual que viene librándose desde finales del siglo XIX. Todos nuestros sentimientos, impresiones e ideas sobre el mundo emocional son pequeñas batallas libradas en el marco de ese conflicto: la lucha entre la psicología y la sociología»* (Porta, 2010a: 123). Estas dos disciplinas han orientado nuestro saber sobre los afectos desde los inicios del mismo capitalismo, empleados y perfeccionados con el paso del tiempo cuya constatación puede verse en la misma comparación que elabora Porta al señalar los tres discursos que presentan las tres hijas del rey Lear en la obra de Shakespeare *King Lear*, y el programa de la BBC. En ambos lugares los dos saberes describen un distinto modo de *«adquisición de la amistad como búsqueda de la verdad esencial»* (Porta, 2010a: 124). Pero, del mismo modo en el cual las describen, se dejan de lado las cuestiones más evidentes, que en el caso de Paris es la misma imagen que se ha creado con el dinero y la fama, justamente *«todo aquello que ha hecho de Paris lo que es, y que en una concepción tradicional de la amistad, sea intuitiva o relacional, sólo es la superficie»* (Porta, 2010a: 125). Y es justamente aquí donde entra el tercer discurso, el de Sam, quien describe precisamente a Paris desde la misma imagen que ella muestra por la cual están en el programa mismo.

Paris viendo estos discursos, descarta el psicologista de Emma, quedándose con los dos restantes, por lo que deja manifiesto que la cuestión no caía entre el ámbito privado de la psicología, sino que la cuestión gira en torno al espacio social. Pero, ¿qué diferencia el discurso sociológico del mediático? El discurso sociológico se centra en la descripción de la amistad como una construcción en la cual las relaciones se constituyen mediante acuerdos, en cambio el mediático mira por lo que se es a través del espectáculo, busca la descripción de la identidad. El posicionamiento de Sam, ganador del concurso, es el de la aceptación de la misma ficción que es Paris y no como las otras dos concursantes que apelaban a algo que estaba más allá de las

apariencias. Los rasgos del carácter se dan justamente en lo que se muestra y no precisamente en lo que no se muestra o se intenta ocultar. Para ilustrarlo Porta extrae un ejemplo propuesto por Slavoj Žižek: «la del millonario cuyas amantes se empeñan en reconocerle *cualidades intrínsecas*, pasando por alto lo que más le define e identifica, y cuya tozudez le hace exclamar: “¡Si por lo menos alguien me quisiera *por mi dinero!*”» (Porta, 2010a: 126).

Por lo tanto, lo que tenemos aquí expuesto es que la amistad, la querencia, se da no por la genealogía, ya sea como instinto primordial o constructo relacional, sino por la apariencia del mismo espectáculo. Kat y Emma buscan el “factor humano” del que hablé más arriba, en cambio, un movimiento totalmente nuevo es el de considerar que la misma apariencia es la que define a Paris, el ser es la misma ficción que habita y una identidad oculta que pasa desapercibida y puede ser captada con un ánimo detectivesco y analítico (Porta, 2010a: 127). Paris no habla desde la época de los media en los que sí hubiesen tenido cabida los discursos de Emma y Kat ya que los límites del lenguaje son los límites del mundo, sino que por el contrario habla desde lo posmediático en el cual los límites del mundo son los límites de los media (Porta, 2010a: 129). El lugar de Paris no es un lugar que le cayó del cielo sino que hubo una constancia, un trabajo por mantener dicho posicionamiento de celebrity. La exposición de sus intimidades en público¹³⁷, cosa que antaño pertenecía al campo de lo privado, implica un trabajo de escudriñamiento analítico y una producción de éstas incursiones mediante la edición de los medios de comunicación. Si Paris montó el show no fue en nombre de la cultura del ocio, sino precisamente porque éste ocio se toma en serio, como un trabajo por el cual debe ser remunerada, no solamente con dinero, sino con reconocimiento mediático¹³⁸ (Porta, 2010a: 130). Ante esto Porta señala que

¹³⁷ Esto no sólo se da en el campo de los *reality shows* sino que también en el campo de las artes se propaga esta tendencia a la puesta en escena de los sufrimientos de *uno mismo*. Al estar todo permitido la hipertrofia del yo cae en manos de la opinión pública a modo de liberación del Yo, la liberación de la *verdad del yo*. La vulgaridad, lo obsceno, lo prohibido que expuesto en la era hipermoderna en que la ligereza de las formas autoritarias busca a través de la expresión del Yo el distanciamiento de la agonía de la existencia (Lipovetsky, 2016: 221). Este arte, como apunta Lipovetsky, se caracteriza por la puesta entre paréntesis del sentido en beneficio del asombro y la sensación inmediata, no hay pues sentido superior ni misión (Lipovetsky, 2016: 225).

¹³⁸ Karl Marx señala en sus *Manuscritos* que el trabajo que se realiza en la Economía Política (precisamente en el capitalismo) es únicamente bajo el aspecto lucrativo, es decir, toda acción realizada busca a fin de cuentas el lucro lo cual se entiende un interés por la acumulación de un capital abstracto, el

la construcción mediático-técnico-espectacular y economicista de la amistad no es sólo una «mala práctica phauloi¹³⁹»; no es un accidente en la autovía del capitalismo que se pueda evitar conduciendo despacito; es una condición que debe ser reconocida como sustancial, y no accidental, y la única manera de sobreponerse a ella es la que vienen señalando los activistas desde el principio del capitalismo: hágalo usted mismo; organice sus propios medios, sus propias estructuras de relación..., sus propias amistades (Porta, 2010a: 132).

Las ramas desde las que hablan Kat y Emma, la sociología y la psicología, hablan del reconocimiento mediático restringiéndolo, marginándolo mejor dicho, de las cosas que la gente valora positivamente, intentando hallar aquello humano que se halla bajo la apariencia misma. El reconocimiento pues queda cercenado por las motivaciones de la misma disciplina desde la que parten: el humanismo. El humanismo, funciona muy distintamente del capitalismo, de hecho se acerca a la postura que adopta Sam con su discurso sobre la misma imagen. Ambos restringen la experiencia y la reifican, uno la humaniza, mientras el otro la ubica dentro del ámbito consumista (Porta, 2010a: 134). El reconocimiento pues, al encontrarnos en la época posmediática como en la que se encuentra Paris, las disciplinas de la psicología y la sociología solo funcionan en el momento en el que interiorizan en sus discursos la realidad del espectáculo reconociendo lo dicho a través de los media como los verdaderos rasgos psíquicos y sociales del sujeto (Porta, 2010a: 135). La siguiente cita es un poco extensa pero capta la esencia por la certeza con la que atesta a la imagen psíquica y social con la introducción de las nuevas tecnologías y sus intrínsecos nuevos modos relacionales:

No todos tenemos un programa en la BBC, pero todos hemos creado una logística formal y especular de nuestro trato interpersonal por medio de sistemas técnicos e informáticos. No todos organizamos *castings*, pero todo aquel que tenga un perfil de Facebook ha desarrollado un protocolo de elección, selección y descarte de las amistades. No todos obligamos a los demás a pelear por nuestra amistad bajo los focos, pero todos jerarquizamos los tratos digitales al establecer listas de «los amigos principales» en Facebook y MySpace y de los

dinero y los bienes de consumo. Lo que viene a señalar Marx es la abstracción que se hace al introducir el dinero de las relaciones humanas y precisamente con el trabajo (Marx, 1972: 59).

¹³⁹ Phauloi se refiere al amigo falso tal y como lo indica Aristóteles en la *Ética a Eudemo*, Porta lo define siguiendo a éste como aquellos «interesados, los que valoran las posesiones o la nombradía del amigo por encima de la Verdad que se expresa en la amistad» (Porta, 2010a: 116).

«seguidores» en Twitter. No todos somos estrellonas de cutrelux, pero casi todos hemos aceptado entrar en un medio digital que crea imagen, la organiza en un sistema riguroso y nos convierte en sujetos «objetivamente más apetecibles» para una relación que otros. No todos tenemos millones de dólares ni de amigos, pero casi todos hemos aceptado una lógica financiera de la contabilidad de las relaciones, del número y de la especulación –a más amigos notificados, más posibilidades de conseguir otros-. No todos somos plutócratas, pero todos los que han accedido al espacio digital han aceptado la plutocracia de las relaciones, entendida como exhibición numérica y contable del depósito financiero de los amigos. No todos emulamos a un modelo de conducta desde los catorce años, pero todos hemos aceptado la frase «soy fan tuyo», no ya como reconocimiento de una jerarquía, sino como protocolo de relación que debe ser respondido con la misma declaración –y Sam nos enseña muy bien qué implica ser un fan-. No todos creemos tanto en la concepción intuitiva de Emma ni la visión social de Kat funcionan si no hay un elemento mediático que las aglutine. No todos hemos sido reconocidos por el complejo massmediático, pero todos buscamos de un modo u otro ese reconocimiento, y todos creemos en su legitimidad y en su fuerza simbólica más que en ninguna otra forma del reconocer. Lo único que no todos estamos dispuestos a admitir es que *el reconocimiento massmediático y su reconsideración metamediática funcionan como el doble criterio articulador de la vida afectiva, lo cual no significa sólo que los famosos tengan más amistades o que en internet se ligue más, sino que esa articulación del yo, tantas veces descrita como «puramente exterior», ya opera como la verdad fundamental que permite poner en juego el teatro de la psicología, de la sociología, de las pasiones altas o bajas* (Porta, 2010a: 138-139).

Como se puede apreciar en la cita, el espacio mediático ha pasado a formar parte intrínseca de la manifestación del ser. Evidentemente el ser se da en los extrarradios de éste espacio, pero estar en sociedad implica también asumir la parafernalia del espectáculo y su mediación afectiva como consolidador simbólico y de significación social. Es por esta razón por la cual a cada afecto se le ha dispuesto una serie de industria, medio, empresa (Porta, 2010a: 162). Eva Illouz, en referente a lo dicho y traída por Porta, señala que, desde el campo de la sociología, el concepto de *competencia* se ha ido modificando no tanto por la instauración legislativa de comercio sino por las leyes de la psique, que con cuyos estudios se «han redefinido y siguen redefiniendo los códigos» (Porta, 2010a: 163). A esto Illouz lo llama *nueva estratificación emocional* apuntando precisamente a los cambios que se dan en la competencia del sistema capitalista fagocitados por la tergiversación de las ciencias del

espíritu¹⁴⁰ (Porta, 2010a: 163). De hecho, siguiendo el hilo de Illouz, lo *nuevo*, lo *renovado*, etc., es precisamente donde van a caer las categorías como la antes mencionada masculinidad, que en lugar de “corregir” los errores que se deducen de una masculinidad patriarcal y obscena se la introduce dentro del infierno de la transformación perpetua haciendo que el género masculino entre en la moda de tendencias neutralizando su código evocándolo a lo nuevo, al igual que sucede con lo femenino y lo gay. La producción de cuerpos (de subjetividades) en el capitalismo se alza ante el vaciamiento o neutralización de los géneros creando una falta que puede satisfacerse. En esta misma línea habla Zygmunt Bauman cuando señala, de la mano del sexólogo alemán Volkmar Sigusch, que no se ha producido ninguna *ars erotica* sino que por el contrario se ha profundizado y diseminado una *scientia sexualis* de la cual el resultado es que «hoy todos están informados, y nadie tiene la menor idea» (Bauman, 2015: 60). De esta forma el *homo sexualis* bajo la promesa de cumplimiento que le dan las “verdades” científicas se siente seguro a la par que mísero y desconcertado: los *homo sexualis*

sólo se sienten como en casa en el laboratorio y frente al bisturí del terapeuta, y sólo son visibles para ellos mismos y para los demás bajo la luz de los proyectores operados por científicos. Salvo estas excepciones, los huérfanos y desconsolados *homo sexualis* ya no tienen a quién recurrir en busca de consejo, auxilio o ayuda (Bauman, 2015: 61).

Un apartado interesante que toca Porta es el cambio que ha habido en la valoración personal. En la página 164 del libro habla del salto del IQ (coeficiente intelectual) al EQ (coeficiente de inteligencia emocional). Este giro hacia el saber-hacer de los afectos se ve en el concepto de *competencia* de Illouz claramente cuando en las entrevistas de trabajo ya no se pasan tests sobre aptitudes personales valorando la inteligencia del sujeto, ya sea por velocidad de cálculo matemático, pensamiento lógico,

¹⁴⁰ La tergiversación de las ciencias del espíritu se entiende mucho mejor tal y como lo presenta Lipovetsky de la mano de Paul Valéry: «El “valor espíritu” del que hablaba Valéry se hunde mientras sube el valor del negocio, del dinero, del deporte, de la diversión, del entretenimiento» (Lipovetsky, 2016: 320). Es el humanismo deformado lo que conlleva la muerte de la vida intelectual. La preponderancia del Yo en pos del reconocimiento del sí mismo, del Otro, del Inconsciente, la complejidad de las relaciones humanas, resulta en un humanismo de *auto-ayuda* que superpone la urgencia de la sonrisa ante la tristeza. Con esto, ni Lipovetsky, ni Porta, ni Illouz, ni yo, consideramos que sea mejor un estado depresivo constante sino que por el contrario la aceptación en lugar de la sustitución afectiva enfoca los verdaderos valores del humanismo.

etc., sino precisamente se le presentan situaciones en las que se pone a prueba la resiliencia y la asertividad en pos de una resolución satisfactoria de algún problema que pueda surgir en un día corriente de trabajo. Y como indica Porta contra algunos contemporáneos,

no vivimos en un mundo «cada vez más feminizado», sino en un mundo donde la dominación masculina se legitima de manera mucha más convincente y amable que antes, porque ha incorporado un conjunto de modos, términos y estilemas «femeninos», y ello sin que se produzca ningún cambio social digno de mención (Porta, 2010a: 165-166)

Ante este cambio de paradigma aparece el papel del *pánfilo* como *antihéroe*. Como apunta Porta, el héroe romántico y autosuficiente deja lugar al héroe cansado y paupérrimo, cuyo victimismo proviene de una crítica a los excesos de la institución exaltando los rasgos sufridos como marca de sinceridad. Este cambio, lo ve Porta como la superación del romanticismo clásico en pos de un posromanticismo en el cual todo ideal romántico no es más que la constatación de un imposible cuya verdadera satisfacción es una mera ilusión, por ello el pánfilo como antihéroe se muestra siempre con desilusión y pasivo ante los acontecimientos que se le pasan por delante (Porta, 2010a: 166). Un ejemplo claro de esto lo vemos en la película de los hermanos Cohen *El Gran Lebowski*, en la cual Lebowski, también llamado *el tío* (*the dude* en inglés), fluye sin hacer nada durante toda la película y se encuentra en situaciones en las que sin esfuerzo alguno acaba ocupando un lugar central. Todas las tramas que aparecen en la película no tienen nada que ver con él sino que la misma trama le absorbe mientras hace lo *suyo*. Lebowski es un pánfilo, sensible a los afectos de los demás como con el personaje interpretado por Steve Buscemi, o el que le renta la casa, incluso su amigo encarnando la estupidez e ingenuidad violenta estadounidense. Lebowski es la representación de la bondad y el pasotismo, es la secularización de la figura de Cristo, en la cual únicamente resta lo “bueno” de éste.

Un personaje que se vincula a esto mismo sería la Celestina, o el celestinaje, como aquel tercero que acompaña al pánfilo para que cumpla con sus deseos amorosos. Es muy sencillo hacer la comparación de éste tercero en los distintos portales de citas o programas televisivos en los que la presentadora conduce a los pánfilos en distintas situaciones para darse a conocer y jugar sabiamente con las apariencias en pos

de cumplir sus objetivos. La Celestina en este caso lo que intenta hacer es ayudar al pánfilo a lidiar con las preocupaciones de sí mismo, las cuales son *la resistencia de la mujer y la competitividad masculina*. Este tercer personaje como mediador afectivo tiene un efecto sobre el pánfilo que en lugar de cuestionar el porqué del castillo de ansiedad en el que se metió, le ofrece las mejores técnicas de seducción¹⁴¹ para conseguir sus deseos. La confianza personal queda secuestrada a un marco analítico y técnico que en lugar de permitir la expresión de las emociones en toda su complejidad las taponan con una serie de tips o formularios de registro en los que el usuario embellece su figura pública con adornos irreales. El sujeto deposita la confianza en la buena articulación de la identidad virtual en lugar de la manifestación directa de sus afectos. Por ello Porta dice que «*lo privado no es lo que ocurre entre tú pareja y tú, sino lo que pasa entre tú y tus mediadores*» (Porta, 2010a: 169). La Celestina sabe los secretos más íntimos del pánfilo y selecciona aquellos que son aptos para ser confesados y así conseguir el éxito. La confianza está limitada ante la pareja y liberada ante el medio. Lo íntimo nuevamente acaba siendo patrimonio del espacio público, del espectáculo, que regula las exageraciones de lo íntimo.

El lugar del mediador también se puede extrapolar a las instituciones de salud, precisamente las de salud mental, las cuales, ya criticadas por el mismo Michel Foucault al compararlas con la institución carcelaria, en las que en función de una definición de normalidad internan a distintos pacientes en el centro de tratamiento psíquico. La expresión más clara de esto son las distintas versiones que han salido sobre la enmarcación de las psicopatologías a través de estadísticas e informes clínicos en el famoso DSM. El papel que suele protagonizar esta institucionalización de las patologías sociales en la literatura, el cine y demás artes, es la del coartador de la expresión íntima del sujeto doliente en pos de una farmacologización, internación, y en la época posmoderna como aquel bonachón cuyas intenciones ocultan ciertamente tendencias semejantes al fascismo, solo que con rostro *humano*. Los cuidados ofrecidos en el

¹⁴¹ Como comenta Gilles Lipovetsky en *De la ligereza* la publicidad, sus técnicas de seducción han tomado un rumbo más ligero y lisonjero, en el cual el mensaje abreviado y simple tiene como objetivo el encanto, la diversión, la sorpresa o la provocación. «La publicidad es estructuralmente una forma ligera de comunicación-seducción. Las industrias culturales se esfuerzan por hacer soñar y distraer al público del cine, la televisión o la música, a través de una evasión que llegue a todos, sin proponerse ninguna formación, sin tener ningún punto de referencia cultural concreto o erudito» (Lipovetsky, 2016: 41).

afterpop, donde la línea está más difuminada entre un verdadero interés y uno corrupto basado en intereses monetarios, se pueden encontrar en libros de autoayuda, o en muchas corrientes en las que el esoterismo acaba por sumir al sujeto afectivamente en un sentido impropio, o en clínicas de terapias alternativas cuya mediación se limita a una serie de modificadores de la conducta y no precisamente el enfrentamiento del sujeto con Lo Real que hay en sí mismo, la asunción del Otro en sí (Porta, 2010a: 177). Mientras todos estos mediadores, aprovechando su posicionamiento de *ser-supuesto-saber*, dejan al sujeto perdido entre indicaciones ante su síntoma atravesado por el discurso institucional. En cambio, en lugar de engrosar los discursos institucionales que parten de la base de un Yo-normal que hay que *engordar* (ya sea de fármacos o tips), el psicoanálisis disuelve ese Yo gestado por el mismo sujeto sumido en la cotidianidad para enfrentarlo a lo Real de su síntoma haciendo que el sujeto mismo sea responsable de su discurso y de sus actos a través del desvelamiento del saber de sus afectos y tendencias irreflexivas¹⁴². Porta ve esto siguiendo la línea de las filosofías del amor presentadas por Emmanuel Levinas, Jean-Luc Nancy y Alain Finkielkraut en el cual presentan el amor no como el enamoramiento del otro a través de una idealización o un encariñamiento por sus rasgos específicos o imaginarios, sino precisamente por la distancia o lo extraño del otro (Porta, 2010a: 180). El amor desde esta perspectiva es la apertura al absoluto de la alteridad, la misma dinámica, como acabo de señalar, que se da en psicoanálisis pero con una diferencia, y es que en el campo del amor se muestra de forma mística, mientras que en psicoanálisis se intenta captar en uno el saber del Otro, que incluso forma parte del mismo acontecer extraño del ser amado. De hecho en psicoanálisis se preguntaría “¿Qué hay de mi Otro en la extrañeza de aquel que amo?”.

La colonización de los mediadores también tiene un consumidor concreto, que al igual que todo sistema epistemológico describe el modo de acceso a la cosa presuponiendo dicho objeto de estudio. En el caso del famoso portal de citas extramatrimoniales *Ashley Madison*, el cual hace unos años sufrió un ataque hacker desvelando la cuenta de miles de usuarios registrados, se aprecia que el objetivo de la

¹⁴² Sobre esto Slavoj Žižek dirá que «esta inversión [disolver el yo en lugar de reforzarlo] resulta crucial para el avance del tratamiento psicoanalítico: al principio, el paciente quiere aferrarse a la consistencia de su Yo y desembarazarse únicamente de los síntomas embarazosos que le perturban; durante el análisis, sin embargo, lo que se disuelve es el Yo del paciente, de modo que el paciente ha de enfrentarse directamente con el síntoma, desprovisto de la coraza protectora de su Yo» (Žižek, 2011: 72).

web es ofrecer un servicio precisamente a casados facilitando con su mediación la infidelidad, encubriéndola¹⁴³. La mediación de la web se contrapone a las demás redes sociales de citas precisamente por aquello que, como dije antes, fue extraído del *derecho natural* que comprende las necesidades de la población en un entorno en el cual la confianza ha sido cedida a los mediadores. Estos portales definen en su uso los intereses del mismo usuario y sus preferencias, las cuales pueden también modularse (tanto la distancia de los contactos como el color de los ojos). La competitividad en éste ámbito también se da, y siguiendo la definición de Illouz, cada vez que emerge una nueva herramienta digital de contactos se reorganiza el campo de competitividad entre un tipo de afectos u otros. Con esto la interacción en “tiempo real”, una intimidad inmediata, se ha visto desplazada por una más pensada, racionalizada, mediatizada por la institución de, en este caso, los portales de contactos. A esto añade Porta que en caso de que la misma institución lo permite, *amar*. ¿Qué quiere decir con esto? El cumplimiento de los objetivos que el mismo marco de la aplicación en su uso exige, permite, una vez superados, la interacción íntima entre los usuarios como *off the record*. Amar por lo tanto queda como algo que va más allá de la aplicación, “gracias” a ella. Nuevamente las resonancias con la Celestina o el celestinaje son patentes. Porta trayendo a Jacques Derrida y Calvino dirá que

lo que Calvino denomina en su texto «el primer llamado de la lejanía», Derrida lo llamará, poco años después, «la llamada de la lejanía»; en ambos casos hablamos de la fundación de la comunicación mediada. En esta fábula el acto de habla pierde sus elementos más prosaicos e *inmediatos* y se nos aparece como un acto pasional y patético, acezante y desesperado, humano y conmovedor; una Palabra bíblica, sin presupuestos ni sobreentendidos: la Voz busca a su Otro (Porta, 2010a: 207).

¹⁴³ La infidelidad es el complemento idóneo, según Lipovetsky, en la era de la ligereza en la cual el matrimonio precisa de un suplemento de suavizado, como un respiro de la vida en pareja. En nombre de la inconstancia y en derecho a la ligereza la culpa desaparece paulatinamente permitiendo nuevos modos de relacionarse con los demás. «La infidelidad lleva la huella de la igualdad democrática [...] Estamos en la época de la fidelidad postsacrificial, otro signo de nuestra relación light con la vida ética» (Lipovetsky, 2016: 279). Cabe mencionar que Lipovetsky aclara al principio del libro citado, *De la ligereza*, que es una investigación y no una crítica con moralina a los tiempos que corren, aun así no deja de resonar cierto resquemor en sus palabras. En mi opinión estoy de acuerdo con Lipovetsky a medias, la cuestión considero no es tanto en que continúe la *relación light con la vida ética* sino precisamente *responsabilizar al individuo de su relación con el Otro*, es decir, saberse en las tendencias inconscientes que el mismo sujeto se ve imbuido y no tanto en función de la representación imaginaria que habita sino justamente el cuestionamiento de las implicaciones inconscientes propias den dicha imagen. Infidelidades, sí, pero con consciencia y responsabilidad.

El acto espontáneo de comunicación *es* en la medida en que está sujeto al marco de expresión en tanto que usuario de la red social. Esta constatación demuestra la siguiente lógica que estructuralmente se manifiesta en el mismo acto comunicativo: estamos solos. El usuario sabe que en su búsqueda del Otro no hay nadie que pueda realmente satisfacerle, al otro lado de la línea no hay ningún ser sustancial, pero de todas formas éste Otro ofrecido por la red social como mediador captura mi deseo y le ofrece la posibilidad, como un azar immaculado cuyas posibilidades del encuentro con el Otro aumentan que si por el contrario no pertenezco a dicho portal. El Otro pues queda sustraído por la posibilidad de cumplimiento, por la *promesa de cumplimiento*, que ofrece la red social como objeto de consumo en el que lo que se consume es un tipo de encuentro concreto ofertado y analizado por los diseñadores y directores creativos (Porta, 2010a: 218). Esto genera un problema en el sujeto en la medida en la cual, imbuido por el deseo suscitado por el objeto de consumo, le impide saberse en dicho acto de consumo, el sujeto hace sin saber lo que hace o con un saber impropio y mediatizado, precisamente estas son las formaciones del objeto *a*, las cuales vienen a expresar su formación en los actos llevados a cabo por el sujeto sin reconocerse en dicho gesto. Pero realmente el problema no es que se desconozca, sino precisamente porque se conoce a través del medio y es justamente en el uso donde quedan expresadas las tendencias del Otro¹⁴⁴. Porta dirá en referencia a esto que

en tiempos modernos el problema consistía en discernir entre la realidad y la fantasía. En los posmodernos, en la atribución de valor simbólico a las fantasías. En la Era Afterpop la dificultad reside en precisar el estatus formal e incluso legal de la fantasía en la maraña mediática y metamediática. Ahora la fantasía *está ahí*, como lo está internet, omnipresente e intangible: está al alcance de la mano, y el problema no es diferenciarla de otra cosa sino averiguar en qué remoto nivel de las redes digitales y jurídicas sucede (Porta, 2010a: 218).

Todo lo dicho hasta ahora apunta claramente a la saturación de los medios y la vuelta a lo “natural”, a la interacción espontánea, al contacto previo al

¹⁴⁴ Más adelante Porta señalará que En el acto de consumo siempre se da una inestabilidad emocional, no porque se desconozca la *novela del yo* como apuntaría Freud, sino más bien porque en caso de que hubiese una “novela” ésta estaría *inacabada* (como señala el movimiento de la antipsiquiatría), y es precisamente por ello por lo cual el deseo es una fuente de insatisfacción constante sumida, desde el desconocimiento de las tendencias inconsciente, en el acto puro del consumismo (Porta, 2010a: 229).

acontecimiento mediado. Hablar desde «las ruinas de la técnica» (Porta, 2010a: 223). Esta idea misma, como el colapso de la era tecnológica y la vuelta a una primitividad natural y vulnerable, sentida y hogareña, es el *leit motiv* de distintos géneros como el post-apocalíptico, el ciberpunk o las odiseas espaciales. Pero, ¿no es esto precisamente lo mismo que hacía el cine humano y el cine con Valores? Sí y no, la diferencia entre este cine y el mencionado es que en éste retornan las cuestiones que quedaron marginadas pero desde dentro del mismo media. No nos sitúa en el espacio de lo primitivo, en el del huraño y buen salvaje de Rousseau, sino en la adaptación de las “necesidades específicas del Otro”, a los instrumentos de la época, ya sea una distopía en la que la técnica está obsoleta o en el cual ésta está estratificada en el presente como un virus.

La idea, que acaba de retornar al texto de los Valores y lo Humano en las artes, consiste en un ejercicio de poetización de idealización a raíz de un objeto que coarta nuestra libertad de expresar cualquier otro modo de manifestación del ser. Cuando me referí en el párrafo anterior a las “necesidades específicas del Otro” me refería precisamente a la materialidad más vana y grotesca de las tendencias del Otro. Precisamente un fallo común de este tipo de películas es el concebir un Yo que se reafirma en los Valores y en lo Humano, de esta forma taponando cualquier tipo de subversión del sujeto o la expresión de su Otro, o en tal caso representándolo de forma mediada por los discursos que se hallan en el filme, la novela, el cómic, etc... Estos discursos idealistas como indica Porta son los que genera la misma dinámica capitalista desde sus inicios. Pero hay que ser tajantes con esto porque puede resultar en conclusiones precipitadas y erróneas, y es precisamente distinguir entre la idea de X y el modo de pensar idealista. El capitalismo fagocita el segundo, el pensamiento idealista, el pensamiento ubicado alrededor de los valores o lo humano o lo que se presente como tendencia del momento histórico en el que se halle y se pretenda distinguir de cualquier otro afecto. El capitalismo no utiliza discursos idealistas para vendernos cosas sino que genera modos de pensamiento idealista, poéticos incluso, incitando el comportamiento utilitarista del sujeto (Porta, 2010a: 247-248). El discurso poético-idealista no habla de la cosa, sino del extracto idealista de la cosa, no habla de la tendencia del Otro, sino que la aísla en un circuito vicioso multifacético, coloreado e idealista en el que la alienación del sujeto en la idea se ve relajado en la medida en la que tiene libertad poética de

redefinir dicha idea¹⁴⁵. La *idea del Yo*, es la más popularizada ya que es a raíz de dicho yo desde la cual se vinculan el *culto a la personalidad*, *la cultura del ocio*, *la adicción al trabajo*, *la obsesión por la perfección estética del cuerpo*, *la lucha por la independencia del sujeto en el campo amoroso* y *su incapacidad por la asunción de los compromisos*, etc... Es por esta razón por la cual el psicoanálisis, en su proceder clínico, se muestra como subversivo ya que apunta a la disolución de la idea del Yo en el Otro. Sobre esto Porta relacionando las ideas con los temas, géneros, estilos, códigos, dirá que

hay «temas líricos», «temas de comedia romántica», «temas de cabaret», y «temas de comedia underground», no sólo porque cada género tenga sus propios modos, sino porque en cada uno se ordena de una manera propia la experiencia relacional, con presupuestos culturales distintos y efectos estéticos diferenciados. Intercambiar esos motivos no resulta tan sencillo como la crítica posestructuralista intentó hacernos creer. Tiene poco sentido decir que «ya no existen los géneros» y que cada artista puede saltar con alegría de un código a otro sin mayores consecuencias porque, aunque no exista, como señalaron los deconstructivistas, *el género en estado puro*, lo que sí existe, y es un factor decisivo en la contemplación estética, es un conjunto de presupuestos vinculados a la frecuencia, relevancia, efecto y codificación cómica o dramática de un tema en un contexto determinado (Porta, 2010a: 253).

Es por esta razón por la cual el pensamiento poético-idealista funciona en la dinámica capitalista: el efecto de la contemplación estética se da por la existencia de un presupuesto, más o menos manifiesto, de las tendencias afectivas de los sujetos históricos estetizadas, tematizadas, etc., borrando los límites de aceptabilidad de cada campo permitiendo así su extensibilidad. Dicho con otras palabras, en el capitalismo, precisamente en su vertiente emocional, se explota la estetización de los afectos, cosa que ya se vio anteriormente cuando hablaba de la comedia romántica o el vacío (Porta, 2010a: 253). Porta lo manifiesta esto perfectamente diciendo que

¹⁴⁵ Las palabras de Lipovetsky son fulminantemente claras al señalar cual es la dinámica de la economía emocional. Sobre esto mismo dirá que «como el capitalismo dirige todas las conciencias hacia los mismos objetos y las mismas imágenes, el individuo se pierde en cuanto singularidad. Desde el momento en que el Yo no es más que un Uno gregario y despersonalizado, ya no se quiere, el deseo se viene abajo y el individuo va derecho a la depresión, la ansiedad y la anulación de sí mismo. Y para compensar la privación y la ansiedad, los individuos caen una y otra vez en el círculo vicioso del consumo. Por lo que la adicción sería la realidad profunda del modelo falsamente ligero del consumo» (Lipovetsky, 2016: 329).

cuando un espectador ve el tema que comentamos reacciona de maneras adecuadas al contexto: ante un poema, se inquieta (aunque sepa que en la vida real ese tema es frecuente); ante una comedia romántica, se sonríe (aunque sepa que en la experiencia cotidiana eso no siempre tiene gracia); ante una performance de cabaret, se carcajea (aunque sepa que el drama que cuentan las canciones es muy veraz); en fin, ante una tira cómica, se descojona (aunque sepa que el asunto es grave) (Porta, 2010a: 254).

Los géneros pues hacen que el hecho, el padecimiento, el horror de lo Real, quede manifestado como una *retórica de la vida*® impidiendo ver realmente cuales son las causas que llevan a esos personajes una situación de inestabilidad emocional. Y es justamente esta inestabilidad emocional la que queda refugiada en la risa, en la inquietud placentera, en el sonreír, y hasta incluso en el llorar pesimista. Todos estos géneros codifican la emoción en función de la concepción que tiene del ser humano en sus tratos con el comercio. Esto lleva a la conclusión de que existe una relación directa entre la legitimidad de los sentimientos y el nivel cultural «al que pertenece cada manifestación» (Porta, 2010a: 254). De hecho es interesante la *risa* como respuesta afectiva ante una obra cultural y la concepción general que se tiene de ésta. Como señala Porta lo dicho sobre la risa por el espectador, su irrelevancia o un puro trámite empobrecido ante algo *gracioso*, deja marginada la experiencia emocional:

los espectadores menosprecian su propia experiencia emocional o no la reconocen como culturalmente legítima, y se muestran muy dispuestos a aceptar que otras experiencias menos intensas, menos gratificantes o incluso desconocidas son mejores que la suya propia (Porta, 2010a: 255)

Con esto Porta critica el lugar de los mismos críticos y especialistas como canonizadores y jerarquizadores del mundo emocional a través de sus apreciaciones personales. Éstos precisan con sus comentarios las obras de arte catalogándolas dentro de una serie de parámetros agregándoles una dificultad mayor al espectador que viéndose frente una obra de arte *no sabrá donde colocarla* porque *no sabe dónde colocarse*, aun *sabiendo que siente* y pudiendo hacer un balance entre la *categoría estética* y la *relevancia de sus afectos* (Porta, 2010a: 255).

Volviendo a la codificación de las emociones, hay una característica común a todas ellas y ya ha salido varias veces a lo largo del texto, y es la dimensión pragmática de los sentimientos. Esta dimensión cual *simulacro del inmoralismo*, forma

parte de un proceso de desplazamiento en el cual los sentimientos son sustituidos por una *crudeza*® que por su fuerza desvergonzada la torna sincera. Porta, con Kalman Barsy, señala como constituye este simulacro del inmoralismo las obras de arte:

cuando me meto en la cama cierro los ojos, me quedo inmóvil, finjo dormir, actúo como si estuviera dormido, hasta que, en efecto, me duermo. Cuando me meto en una relación por interés hago como si estuviera enamorado, me doy vuelta en la cama hasta que mi simulacro de cinismo se vuelve perfecto. A ese virtuosismo performativo en el ejercicio de la falsedad lo llamamos «amor». Esta proposición puede resultar cínica, pero no lo es: es pragmática, y está inspirada por una concepción sentimental del pragmatismo (Porta, 2010a: 270).

Nuevamente surge el lenguaje economicista cuyos parámetros de beneficio y ganancia llevan al sujeto a aceptar las políticas afectivas basadas en las incursiones psicologistas y sociológicas¹⁴⁶ de los media en el *derecho natural* dislocándolo con tal distorsión que la diferencia entre la realidad y la fantasía, espacio privado y público, queda suplantada por los medios de comunicación, la democratización de los afectos y, a fin de cuentas, la masificación de la cual hablaba Ortega y Gasset. La estetización de lo inmoral pues no es más que la expresión misma del reverso de la misma moneda del simulacro de los afectos. Aunque incluya cierto carácter subversivo la Cultura se ha encargado de codificarlo dentro de la literatura picaresca o con personajes cinematográficos que actúan como hábiles manipuladores para conseguir sus objetivos, sus beneficios, en lugar de una apertura a la expresión singular del afecto (Porta, 2010a: 270-271). Por esta razón no es de extrañar que en la era afterpop la única forma de expresar el amor sea a través de la enemistad absoluta (o como señala Porta desde Derrida “hostilidad absoluta”) como forma privada de fidelidad gestada en el fracaso de la amistad (Porta, 2010a: 276). El amor pues queda

¹⁴⁶ De hecho, como señala Tiqqun, el campo de la psicología y en especial el de la sociología no sólo se encarga de denotar los sujetos políticos (o nuevos sujetos políticos como pueden ser los recientemente aparecidos *millenials* por ejemplo) sino que justamente afirman una desobjetivación violenta, «práctica, en acto, el rechazo y traición al papel que se les ofrece *en tanto que sujetos*» (Tiqqun, 2014: 53). Es decir, denotan la dislocación afectiva de los sujetos, su desfiguración, desingularización, para acabar siendo un sujeto en tanto que fenómeno social. Lo que propone Tiqqun es realizar distintos *movimientos de separación* con respecto a la sociedad, a la totalidad de opuestos de que se compone: «secesión que no supone la afirmación de una diferencia estática, de una alteridad esencial, como una nueva casilla en el tablero de esas identidades cuya gestión garantiza el Imperio, sino *fuga*, línea de fuga» (Tiqqun, 2014: 54).

expresado como una distorsión de la ortodoxia de la amistad, pero es paradójico/subversivo (cuando no es capturado por la Cultura), en el momento en el cual esta expresión extraña a sí misma permite efectivamente modificar los mismos parámetros de la legislación filial, las políticas de la amistad, permitiendo una particular forma de amor verdadero¹⁴⁷. Como apunta Porta con Renata Salecl sobre esta dimensión paradójica «sólo sobre el fondo de un intercambio externo, contracultural y simbólico mediado por ciertas reglas [propias del individuo], puede surgir el amor verdadero y sublime» (Porta, 2010a: 277). Esta manifestación de amor verdadero y sublime tiene dicho carácter porque convierte el mismo modo en el que se entablan las relaciones. Lo relacional ficcional acaba por virar sobre sí mismo dando como resultado nuevos modos relacionales que atentan contra su mismo núcleo productivo, contra la institucionalización de los afectos.

El narcisismo, en toda esta maraña de afectos institucionalizados y auto-proclamados contra el orden legislativo de la economía emocional y su lenguaje, tiene lugar en la era afterpop como aquel se pone en movimiento a través del espejismo de sí mismo. Evidentemente el narcisismo se ve motivado por la imagen de sí mismo en un espejo, pero en este caso la imagen que considera ser sí mismo es una variabilidad de géneros en los que identifica su deseo y lo constituye. En la época de la *religión de la apariencia* el narcisismo se halla arrobado por la liquidez de las imágenes que constantemente se le ofrecen como procesos de identificación afectiva y por lo tanto la promesa de cumplimiento con el encuentro consigo mismo. El amor que siente Narciso por la imagen del agua turbulenta es una decisión, no tanto una patología auto-erótica como la concebía Freud, que lleva al sujeto a merodear dicho espejismo siéndolo, habitándolo, de tal modo que la pérdida de sí se da en la búsqueda desesperada de sí. Narciso, al no tenerse, y únicamente proyectarse sobre la posibilidad de posesión ofrecida por el reflejo del lago tumultuoso, constituye su deseo mediante la sustitución del desconocimiento de su Otro por el conocimiento de la imagen alienante de su deseo

¹⁴⁷ Al parecer de Pardo esta intervención distorsionada suele ser producida por los artistas que, ante la imposibilidad de crear un Estado, generan un *estado de autenticidad temporal*, «un “disturbio” efímero, una turbulencia capaz de legitimar transitoriamente la perturbación creada por su *intervención*» (Pardo, 2016: 238). Los artistas que se resolvieron para provocar estos disturbios temporales, escándalos, fueron los dadaístas, los surrealista y los situacionistas. ¿Por qué temporales? Porque son turbulencias presentadas en los muros, las exposiciones temporales, a eso se refiere Pardo, pero también, pienso yo ya que menciona a los situacionistas, en la implosión de eventos en espacios públicos.

producido y productor. De este modo, cínicamente podríamos decir que, uno no vive un *enamoramiento* sino la *experiencia de un enamoramiento*, un simulacro de éste¹⁴⁸. Es por esta razón por la cual uno puede llegar a preguntarse si realmente ha amado a alguien a lo largo de sus distintas relaciones ya que el conocimiento sobre el Otro en sí mismo queda distorsionado por los géneros, los sentidos, que ensalzan cierto tipo de prácticas relacionales (Porta, 2010a: 284). Porta dirá que el mismo papel del consumismo en relación con el narcisismo se mueve en base a la dinámica del *cómprese a usted mismo* ya que, como acabo de explicitar, el narcisismo busca proyecciones de sí mismo en el exterior y las objetiva, en este caso, en el objeto de consumo (Porta, 2010a: 302). Con ello se cumple la premisa de la ansiedad gestada en el seno del consumismo: ante la falta de sí, saturación de sí¹⁴⁹.

Por último, y para terminar el análisis del escrito de Porta, se presenta esta falta de sí en una vertiente muy común: el desamor, el encuentro del sujeto con su abismal soledad que deja la huella espinosa del amor. El desamor, como apunta Porta, es el tema primordial del rock, del cual se derivan muchos géneros como el pop para las masas, el rock siniestro, el heavy, el punk de primera, segunda y tercera generación, el pop interestual, el emo o el black metal. En todos ellos se muestra la figura del personaje desterrado que sobrevive de distinta manera dependiendo del estilo que acoga dicha figura solitaria. De este modo el narcisismo queda cubierto en los límites de su insatisfacción perpetua, como ponerle manguitos a las espinas de su amor, una isla en la

¹⁴⁸ Byung-Chul Han a este respecto señala que uno de los males que padece la sociedad contemporánea no es únicamente como apuntan algunos sociólogos por una libertad sin fin o infinidad de posibilidades amorosas por la racionalización que se halla entre el amor y la codificación tecnológica de la elección, sino que fundamentalmente es por la *erosión del otro*. La oferta de *otros* hace que a fin de cuentas el yo se encuentre en una incesante búsqueda melancólica de su otro, degradando finalmente la figura de ambos. El otro amado en lugar de ser una *atopía* acaba por tener un lugar igualada a los otros ofertados, así el consumidor de otros no hace más que embarcarse en un sin fin de relaciones infructíferas en las que el desconocimiento de sí en lugar de ser un lugar desde el cual emerja cierta saber constitutivo del ser se desplaza hacia una igualación *heterotópica* (Han, 2014: 9-10).

¹⁴⁹ Sobre el narcisismo contemporáneo, semejante a la postura de Porta, Byung-Chul Han dirá que «vivimos en una sociedad que se hace cada vez más narcisista. La libido se invierte sobre todo en la propia subjetividad. El narcisismo no es ningún amor propio. El sujeto del amor propio emprende una delimitación negativa frente al otro, a favor de sí mismo. En cambio, el sujeto narcisista no puede fijar claramente sus límites. De esta forma, se diluye el límite entre él y el otro. El mundo se le presenta solo como proyecciones de sí mismo. No es capaz de conocer al otro en su alteridad y de reconocerlo en esta alteridad. Solo hay significaciones allí donde él se reconoce a sí mismo de algún modo. Deambula por todas partes como una sombra de sí mismo, hasta que se ahoga en sí mismo» (Han, 2014: 11).

cual puede retirarse y distraerse de las heridas mientras sanan solas hasta el siguiente K.O. Al igual que el poeta, el cantante describe la experiencia de la desdicha y su estilo escapista solventan la misma (Porta, 2010a: 314). *Escapista* con todas sus letras, ya que por mucho que el sentido poeta o cantante puedan solventarse, el espectador solo puede, a modo de collage, plantear su ventana por la que escaparse de sus responsabilidades con su Otro¹⁵⁰. La responsabilización de sí mismo en psicoanálisis pasa por la desintegración del Yo en el Otro, su inconsciente, y así se podría formular una nueva dinámica relación amorosa materialista¹⁵¹ y no idealista-poética que subsume al sujeto bajo un Gran Otro eludiendo la responsabilidades de su Otro.

¹⁵⁰ Pero no solamente con las responsabilidades de su Otro sino de las implicaciones materiales que de ello se deriva. El pesado contexto en el que el sujeto se halla le lleva a disfrutar en una cuarta dimensión, la dimensión del hedonismo y la embriaguez dionisiaca en la cual, cuanta más distancia, más descarga de presiones (Lipovetsky, 2016: 88). ¿Qué es éste “pesado contexto”? Si se mira desde psicoanálisis la respuesta sería una acumulación de goce, que como tal cual señalé en la primera sección, es un plus-de-goce, cuyo capital de goce se muestra en la conducta como un excedente de ansiedad al realizar una actividad que considera buena para él. El sujeto no solo querrá ponerse en forma, sino que además querrá hacerlo de la mejor forma posible, con los mejores nutricionista y bajo un régimen estricto que roza lo obsesivo. «No es ya una ligereza indolente y lúdica, sino otra que exige un trabajo encarnizado sobre uno mismo, con vistas a obtener un cuerpo joven y grácil, de acuerdo con el modelo impuesto por la imaginería mediática» (Lipovetsky, 2016: 100).

¹⁵¹ Cuando me refiero a materialista hago hincapié en el saber de las distintas formaciones del inconsciente y del objeto *a* en el sujeto, es decir, la emergencia del Otro como un más acá del actuar “consciente” del sujeto. Por ello, el reconocimiento de sí mismo como sujeto sujetado al Otro parte de la constatación de que en su actividad psíquica el individuo es participe de la demanda articulada por este Otro, que es él mismo.

3.1.4. EMOCIÓNASE ASÍ: ANATOMÍA DE LA ALEGRÍA (CON PUBLICIDAD ENCUBIERTA)

Siguiendo la misma tónica que Eloy vuelve a considerar las dinámicas que se dan entre la economía y los afectos. Para ello comienza señalando cómo la publicidad es el enlace perfecto entre ambas esferas, que en principio se muestran hostiles entre sí acaban formándose en una sincronía perfecta en la cual la respuesta ante la complejidad de los afectos acaba por tener una cifra, un cálculo, un pronóstico beneficioso, un desplazamiento de los afectos en pos de una vida conectada “sabiamente”¹⁵². La publicidad pues, al igual que la sociología económica, atestigua los distintos vínculos que se dan entre el querer y la ganancia económica. Al igual que en el anterior análisis Porta muestra cómo el anuncio de Cash Converters con solo una frase apuntala la dinámica capitalista al igual que la afectiva¹⁵³.

La singularidad individual ya no se opone a la del capital, es decir, los sentimientos se han mezclado con la misma dinámica capitalista y sus instituciones. Lo que en su lugar aparece es una encrucijada entre dos caminos «*del don al dolo y del dolo al don*» (Porta, 2012: 10). Tal y como señala Porta a lo largo del libro diferenciará sendas esferas desde una perspectiva moralista, poniendo en su lugar al discurso economista y los afectos por otro. Éste mismo dirá que

*no vivimos en una cultura materialista y utilitarista donde los viejos y buenos valores se han perdido: vivimos en una cultura de raíz cristiana donde los valores que fundaron la diferencia entre lo íntimo y lo público, entre el amor y el dinero, siguen muy presentes, tanto más cuanto que el espectáculo de su transgresión reafirma su poder simbólico. Éste es uno de los rasgos enmascarados de nuestra cultura actual, ese *ballo in maschera*: una gerontocracia disfrazada de cultura joven; una cultura de adictos al trabajo presentada como una*

¹⁵² Zygmunt Bauman en *Amor líquido* haciendo referencia a los artículos publicado en *The Guardian Weekend* que pretenden aportar mejores destrezas en la vida cotidianas, de hecho, como apunta Bauman uno «puede adquirir destrezas que, una vez combinadas, pueden contribuir a *crear* la clase de situaciones para las que esas mismas destrezas han sido concebidas y a localizar los problemas que deben resolver. Un lector regular y dedicado, dotado de una memoria que abarque más de una semana, puede dibujar y completar un mapa completo de la vida en el que tienden a aparecer los “problemas”, registrar el inventario completo de los “problemas” y formarse una opinión acerca de la frecuencia relativa o la rareza de cada aparición» (Bauman, 2015: 40).

¹⁵³ En dicho anuncio, para hacer memoria, la frase que se publicitaba era “¿Tu novi@ te ha puesto los cuernos? Véngate vendiéndonos los “regalitos” que te hizo”

cultura del ocio; una cultura donde la subjetividad, que nunca había sido vigilada, reglamentada y tutelada, se vende como el Jardín de las Delicias del liberalismo poscristiano (Porta, 2012: 10).

El hecho de presentarse desde una perspectiva moral, cosa que indirectamente hizo ya, en mi opinión, en los anteriores análisis presentados, no es baladí sino que precisamente lo que viene a señalar no es una crítica de la cultura como causa sino del sistema económico por el cual la misma cultura es un efecto. La cuestión moral, como apunta Zelizer, aflora debido a la monetarización de la vida precisamente en los espacios del dinero y el intercambio (Porta, 2012: 15).

Zambulléndose pues en los entramados de la economía y los afectos Porta atestigua un modo en el cual la publicidad eleva al sujeto mediante un hiperbólico elogio que en su exageración contiene una burla. A esto lo llamaré *Hiperoje*. ¿En qué consiste? Como apunta Porta en el lenguaje publicitario clásico, en el anuncio, se presentaba un modelo ejemplar de consumidor, pleno de virtudes, que complementado con el producto hacía de su existencia una reafirmación de su virtuosismo. La reformulación de esto construye un cliente lujoso, uno que aun no teniendo el dinero para adquirir el producto que se oferta se le incita a comprarlo debido a la elevación de su ser ficticiamente. Esta hiperoje financiera tiene la pretensión de ofertar un producto de gama alta rebajado simbólicamente para aquellos que no pueden comprarlo directamente sino que tienen que ahorrar o pedir un préstamo (Porta, 2012: 16-17). Esto suele suceder, sin irnos muy lejos, con los aparatos ofertados por la compañía Apple: ponen a disposición de todo el público un objeto de alto valor, un producto democratizado, a un precio que no todo el mundo puede costear. Porta dirá que

los anuncios apelan en primer lugar a nuestra esencia, a las cosas que el dinero no puede pagar, y sólo secundariamente a sus circunstancias —a todo lo demás¹⁵⁴. Ésa es la piedra miliar lo que José Luis Brea denominó «las industrias de producción de la

¹⁵⁴ Con este “todo lo demás” se refiere al anuncio de *MasterCard* en el cual se muestran todo tipo de acciones hechas desde *el corazón* salvaguardadas por las operaciones realizadas al mismo tiempo por la tarjeta de crédito/débito. Evidentemente en la publicidad se enfatizan las acciones realizadas con rostro humano mientras que las transacciones bancarias realizadas tras el subterfugio afectivo corren con cada *buena acción*.

subjetividad», cuya misión es desarrollar, enfatizar, educar o, con mayor frecuencia, fabricar *ex nihilo* la experiencia «singular e irreductible» del ciudadano¹⁵⁵ (Porta, 2012: 20).

A través de esta retórica publicitaria el espectador concibe que del aspecto material ya se encarga el mismo servicio ofertado, mientras que todo el aparato afectivo es libre de realizar tantas buenas acciones como quiera, por ello incluye: ser creativo, bondadoso, triunfante, el más rápido de la carretera, el menos tonto o el más inteligente, un aventurero (o *wanderlust*), etc. Sin este suplemento (derridiano) afectivo tendríamos un simple producto de consumo. Éste suplemento *histérico y personalista*, y no tanto ético y razonado, exhibe un moralismo singular y *auténtico*® distinguido del sujeto ético contra las prácticas relacionales de la economía emocional (Porta, 2012: 32). La singularidad que se muestra está extraída del *derecho natural* presentado en el libro anterior, en el cual pedagógicamente conduce al sujeto por distintas prácticas que no tienen nada que ver con la singularidad sino precisamente con una subjetividad formal extraída de la cotidianeidad y formulada con un código neutro, es decir, igualitario y democrático. Esto también se conoce bajo el nombre de *culto de la personalidad o pensamiento personalista*¹⁵⁶.

¹⁵⁵ Como señala Tiqqun, tras la creación de esta subjetividad, de esta experiencia *singular e irreductible*, una cuyo componente social es fundamental, origina lo que llamarán *el movimiento de los ciudadanos*, el cual se caracteriza por aquellos que «en el seno mismo del estallido general de lo social, persisten en *proclamar* su participación abstracta [(la experiencia singular e irreductible)] en una sociedad que ya sólo existe en negativo, por el terror que ejerce sobre cuanto amenace con traicionarla, y de ese modo *sobrevivir a ella*» (Tiqqun, 2014: 100). Con ello los ciudadanos, asumiendo su rol social, son producto de la atenuación de las formas-de-vida y de la neutralización de los cuerpos (Tiqqun, 2014: 100). Los ciudadanos por ende son la representación de la realidad humana del Espectáculo y el Biopoder (Tiqqun, 2014: 101), es decir, habitantes de la dislocación fabricada por la economía emocional y de ahí el control sobre la vida. Para aclararlo Tiqqun señala que este ciudadano «realiza una introyección individual de unas contradicciones, de unas aporías que son propias de la totalidad capitalista. En lugar de luchar contra las relaciones sociales que minan las condiciones de vida más elementales, el ciudadano separa y recicla sus residuos, y se esfuerza en encontrar el carburante a mejor precio» (Tiqqun, 2014: 104).

¹⁵⁶ Žižek tiene una visión bastante particular sobre este asunto que resuena a lo comentado por Porta. Para Žižek, tal y como expone en *En defensa de la Intolerancia*, la emergencia del personalismo se da como un movimiento negativo, contestatario de las figuras paternas dentro del núcleo familiar, es decir, en oposición a la reproducción de una figura autoritaria se muestra gesta una figura crítica cuyo posicionamiento ético le da la posibilidad de ser autónomo. El personalismo emerge en el momento en el cual las figuras autoritarias se desvanecen como sucede con el capitalismo emocional, y es por ello que en lugar de la asunción de un posicionamiento crítico, al no ver la figura autoritaria, la personalidad se conforma como «guiada por otro» (Žižek, 2010: 99-100), una identidad narcisista imbuida en una constante adoración de la figura del padre permisivo típica del capitalismo emocional. En palabras del mismo Žižek «la desintegración de la autoridad simbólica [la figura patriarcal del sistema capitalista clásica], del nombre del padre, da paso a una nueva figura del amo que es, simultáneamente, nuestro

¿En qué consiste el personalismo? Ante el consumidor se ofertan estilos de vida diversos, y dependiendo de la elección del consumidor, su personalidad será la que tome un rumbo u otro. La elección que tome el sujeto frente a un objeto de consumo constituye el ser de éste pero siempre anclada a una repetición y reafirmación de la personalidad. Es decir, la elección que se toma es una constante que insiste en la pervivencia de la personalidad con el riesgo de *no ser uno mismo* si no se consume un determinado tipo de productos que encajen con “nuestra” personalidad. Porta apunta en referencia a esto al decir que «*lo personal nunca “está”, sino que resiste; nunca «es», sino que pervive; siempre lo entendemos como “la actitud que se sobrepone a las adversidades”*» (Porta, 2012: 37).

El personalismo, tras lo dicho, se puede identificar como una doctrina moralista por el simple hecho de que ésta es un modelo de conducta cuyos pilares éticos son la respetabilidad de la representación personalista. Esto conlleva una definición del *ego*, erróneamente atribuida, como aquella instancia de la conciencia del sujeto desde la cual opera moralmente, toma decisiones y, en general mantiene las riendas de toda la estructura psíquica en sociedad. Personalismo, moralismo y ego son tres condenas con las que carga la subjetividad contemporánea. El culto al personalismo y al ego esconde sus verdaderas connotaciones forcluidas por una perversa estructura subjetiva que llenó el vacío con camuflada culpabilidad heredada de la tradición judeocristiana, cosa contra lo que “combatió” Freud a lo largo de toda su trayectoria¹⁵⁷ (Porta, 2012: 40).

igual, nuestro semejante, nuestro doble imaginario y que, *por esta razón*, se ve fantasmáticamente dotado de otra dimensión, la del genio del mal» (Žižek, 2010: 105). Lipovetsky se suma a esta misma perspectiva alegando que la dimensión autoritaria de la política ha dejado paso a la relatividad de los mercados y las finanzas centrados en la calculabilidad especulativa. Los gobiernos dejan paso a la gubernamentalidad de los intereses de la competitividad global neoliberal. Ello conlleva una desconfianza en el futuro ya que no hay se ven posibilidades al cambio de sociedad (Lipovetsky, 2016: 305). Pero no es tan desalentador el panorama ya que la participación de la ciudadanía en política ha aumentado, no ya desde el voto sino precisamente por la asociación de distintos individuos en torno a una problemática local cuya urgencia se manifiesta en la acción política y de concienciación del mismo organismo (Lipovetsky, 2016: 306-307).

¹⁵⁷ Porta muestra la diferencia que tienen sobre el *ego* Alfred Alder y Sigmund Freud, señalando que el primero le dio un sentido moralista pasando a ser «un sinónimo relativo de «vanidad» o una forma laica de referirse al pecado de orgullo» (Porta, 2012: 40), mientras que el segundo lo definió como la *fuerza de la que emanan los deseos*, y no por ello lo cargó de un sentido sino más bien lo relaciono con una tendencia primaria y estructural del propio inconsciente vinculado con el narcisismo como complemento libidinal, su motor.

En la Era Afterpop el ego es la fuente digital de la que manan los hipervínculos y la subjetividad es excipiente, en dos sentidos complementarios: es el «ingrediente natural» a partir del cual puede construirse un proceso comercial y, a la vez, es el residuo de las emociones desechadas en él (Porta, 2012: 41).

El ego, o el personalismo, es un lugar en el cual el sujeto puede construir su identidad a través de las narrativas en las que se adecúe la subjetividad. La cuestión está en que precisamente este *lugar* obstaculiza la emergencia de los afectos personales permitiendo que éstos mismos se den de modo personalista, es decir, haya una concreción moralista del propio sentir. Justamente los afectos pertenecen al ámbito de lo extramoral, y es desde ese lugar absurdo (Albert Camus) por el cual éstas debieran hablar y no tanto desde la pantalla ofrecida por el Gran Otro de los media o el mismo derecho natural. Los afectos, como señala la última cita, forman parte del ego como complemento residual de su articulación personalista. Una de las consecuencias que se pueden extraer de esto se halla en las relaciones de pareja en las cuales el arrobamiento sexual queda dislocado y en su lugar hay una lucha intrínseca por definir el orden simbólico que define la relación (Porta, 2012: 45). Dicho con otras palabras, la pareja se ubica dentro de un estilo y no de la emergencia espontánea de sus afectos perdiendo así su sustancia, o mejor dicho, relegándose como complemento al posicionamiento personalista. «Lo personal está colapsado por la jerarquía de los cuerpos en el mercado afectivo, que en este contexto pasa a ser una realidad aún más significativa que la diferencia material» (Porta, 2012: 50), haciendo que los afectos mismos quedan sabotados, engañados, falseados en una vorágine de narrativas. En la misma línea crítica que Porta, Zygmunt Bauman dirá siguiendo los registros de pacientes del sexólogo Volkmar Sigusch que las relaciones sexuales, al tecnificarse los cuerpos a través de narrativas fisiológicas más que eróticas, han ido perdiendo paulatinamente el poder seductor del sexo: la emoción, el éxtasis y la metafísica, el misterio y todo lo que hacía que la insatisfacción, intrínseca a toda cópula, quede expuesto y huérfano en el disfrute individual de un símbolo prefabricado y apropiado, ya sea de la pornografía o de los media (Bauman, 2015: 69).

Al igual que en *Homo Sampler* y los análisis de lo primitivo, Porta señala, en referente a lo que vengo apuntando, que estos afectos podrían definirse como

modelo o referente original que, una vez alterado con instrumentos médicos y quirúrgicos, emerge, con redoblada fuerza, en los discursos de pedagogía afectiva, sensitiva y sexual, postulándose como «la verdad básica» que subyace al proceso de construcción pública e hipercodificación simbólica de las “relaciones humanas” (es decir, «Los quince trucos de *Cosmopolitan* para despertar al TIGRE que hay en tu chico») (Porta, 2012: 51).

Nuevamente la oposición entre la Naturaleza que se resiste a ser coaccionada por la cultura industrial emergiendo como un fantasma resucitado, y la Naturaleza® dirigida. Los espacios de intimidad pues acaban siendo lugares prefabricados adornados con distintas formaciones retóricas en los que todo fluye en una sustitución constante de valores y rutinas protocolarias. Un ejemplo de ello es el mensaje de Ikea

«Redecora tu vida», que describe el proceso de resignación de sexo de un consumidor, mostrando así las dos dimensiones colindantes de la «devastación» actual: a) La inclusión de la diferencia sexual en el espacio burgués de la intimidad. b) El éxito de «la moda de redecorar tu casa» como síntoma y forma efectiva de la intimidad-en-devastación-progresiva, es decir como condición de progreso (Porta, 2012: 54-55).

Aquí, tal y como presenta Porta, Ikea se muestra como posibilitador de una redefinición del espacio íntimo, de la vida íntima, aludiendo por partida doble a una vida personalizada y una casa decorada, haciendo un símil entre ambas. Porta señala esto como devastación porque el hecho de *redecorar* implica que se debe volver a disponer una nueva organización del mobiliario, la paleta de colores, e incluso el *feng shui* de las habitaciones. Este acto no se llevaría a cabo de no ser por la instancia previa en la cual se encontraba el espacio privado, devastación, ruina, pauperismo, decadencia, etc... El placer por la redecoración se imbrica en un progresismo que implica la renovación constante del espacio íntimo, donde el marco de la novedad depende del que la oferta, en este caso Ikea.

Una cosa similar ocurre con las relaciones “románticas” en las que, como escenifica Matt Groening en su fantástico recopilatorio de viñetas *El amor es el infierno*, el amor o todo el proceso de enamoramiento y separación pareciera estar pautado por cierto *habitus* cultural en el cual los individuos discurren. El amor se muestra pues como un proceso de seducción continuo atravesado por la aplicación de ciertos parámetros dictados por los protocolos de apareamiento.

El medio de comunicación simbólicamente generalizado es un corsé, o una colección de corsés, y la seducción, que solemos entender como un instante de realización personal, resulta ser lo más impersonal que existe: es una ecuación generada en el mundo relacional que codifica y acoge las variables de la vida íntima (Porta, 2012: 56).

Esta colección de corsés del que habla son las técnicas que podemos fácilmente encontrar en internet si en nuestro motor de búsqueda favorito (o predeterminado) buscamos “métodos de seducción”, en los cuales se hallan millones de formas de conseguir el objetivo que tantos hombres y mujeres no pueden llegar a conseguir debido a los distintos grados de fobia social. Las relaciones románticas pues siguen cierto patrón reglamentario, con sus más y sus menos, para después volver a una nueva relación romántica y así hasta la muerte. De hecho, para relacionarlo con lo anteriormente dicho, la relación amorosa tiene muchos estilos entre los cuales uno de ellos sería el romanticismo, el consumir una narrativa romántica desde un Otro que pasa desapercibido y se posiciona como suplemento, dispone al sujeto ante una experiencia estética fácilmente reconocible y pautable, tal y como Groening hace en la viñeta dedicada a este asunto¹⁵⁸.

El protocolo de la relación romántica, al igual que las sugerencias publicitarias de Ikea, son una muestra de las *políticas de la intimidad* que codifican las prácticas de los individuos llevándolas a un terreno de renovación constante y enaltecendo cierto tipo de afectos en lugar de otro. El espectador pues toma las costumbres, no como una expresión de prácticas, rutinas y rituales mediante los cuales todo el cuerpo social se organiza, sino como una suma indiferenciada de tendencias mediante las cuales la ordenación social, igualitaria y democrática, exige de los sujetos *estar a la moda* a través de la identificación personalista que se muestra superior a las costumbres (Porta, 2012: 58).

El personalismo pues, se muestra como una doctrina que vira sobre el valor de la *variedad*: de objetos para redecorar nuestra vida, de posibles relaciones románticas de supermercado, incluso distintas formas de expresiones pornográficas en las que, como señala Porta, no sólo pueden verse los típicos videos X monosexuales

¹⁵⁸ Esta tira cómica se encuentra en el *capítulo V: Cómo conseguir el amor que te mereces* en Groening, Matt (2006) *El amor es el infierno* (trad. Óscar Palmer), Bilbao: Ed. Astiberri.

sino que además se oferta una *variedad* de reportajes sobre posporno, videos de infinitas categorías, y demás productos de consumo que, aunque no nos llamen la atención, dan la impresión de cubrir cualquier tipo de orientación sexual (Porta, 2012: 68). «Esta vez las estrategias de venta verticales se han combinado con las emocionales, que no sólo apelan al, ejem, amor propio del comprador, sino también a su autoestima como ciudadano» (Porta, 2012: 69). La variedad ofertada pues, no es únicamente apelación a una apertura al ser y su comprensión y posterior adaptación de dichas demandas psíquicas de las que hablaba Freud al considerar que todos somos perversos polimorfos, sino que sigue la misma tendencia economicista del «*consumidor sociológicamente representativo*» (Porta, 2012: 69), es decir, el comprador potencial. Byung-Chul Han dirá que este mismo comprador potencial sigue las directrices proclamadas por el neoliberalismo el cual oferta libertad y al mismo tiempo exige cual imperativo que los consumidores *sean libres*. Y a esto mismo le agrega una atestiguación cotidiana y es precisamente el hecho de que «quien fracasa es, además, culpable y lleva consigo esta culpa dondequiera que vaya. No hay nadie a quien pueda hacer responsable de su fracaso» (Han, 2014: 20). Así el consumidor se halla sobredeterminado a ser libre y en caso de no serlo o no conseguir su propósito libremente escogido sentirá el peso de la culpa sobre sus hombros. Del mismo modo, Zygmunt Bauman se suma a este posicionamiento crítico sobre el cual dirá que «el *homo œconomicus*¹⁵⁹ y el *homo consumens* son hombres y mujeres *sin ataduras sociales*. Son los miembros ideales de la economía de mercado y hacen las delicias de los guardianes del PIB» (Bauman, 2015: 96).

Porta, por su parte, atestigua en esta tendencia del sistema mercantil relacionado con la perversidad, o con la demanda cada vez más desvelada y manifiesta de los consumidores¹⁶⁰, un viraje de un *todos* en el cual metadiscursivamente prevalecía

¹⁵⁹ Como señala en la introducción Francisco Rubio Llorente de *Manuscritos: economía y filosofía* de Karl Marx, el *homo œconomicus*, una faceta de toda la crítica económica de Marx, se presenta como alguien «*afanado en la creación de riquezas y movido exclusivamente por el cálculo racional o, más exactamente, por un cálculo inteligente y astuto, pero sin profundidad ni horizonte, incapaz de trascender el más estrecho interés individual*» (Marx, 1972: 13).

¹⁶⁰ Una de estas perversidades es manifiesta, tal y como comenta Han, en *Cincuenta sombras de Grey*, en la cual se habla de la *dulce tortura*. Ante esto comenta Han que «en este mundo de la positividad solo se admiten cosas que pueden consumirse. Incluso el dolor ha de poder disfrutarse. Allí ya no existe la negatividad que en Hegel se manifiesta como dolor» (Han, 2014: 27).

el criterio de lo general («lo más deseado por todos» (Porta, 2012: 70)) a una *intimidad* y *privacidad* representada por la variedad ofertada¹⁶¹ («lo que yo quiero» (Porta, 2012: 70)). Esto lleva a la eliminación del “argumento”: el salto directo a lo importante o relevante, el objeto realmente deseado por el consumidor. Pareciera que el tiempo apura y lo que el usuario desea es la inmediatez de la satisfacción de su deseo. Este movimiento elimina progresivamente los interludios, el asentamiento del uno y el otro, el reconocimiento de la complejidad afectiva, etc... Los muebles de Ikea se muestran como una constante de renovación de la vida en lugar de una examinación de ésta; la relación romántica simplemente juega dentro de los límites impuestos por los protocolos amorosos de los *partenaires*; y en la pornografía se elimina toda la historia que hacía de soporte argumental para el deseo mediante un proceso de identificación para mostrar las escenas explícitamente sexuales. En esta pérdida de la argumentación el consumo es rápido y fluido: los muebles de Ikea se pierden, una vez pasado cierto tiempo, en un mar de tendencias nuevas; las relaciones románticas tienen una duración corta pero sumamente intensa; y, bueno, del porno, la idea que se sigue es la misma, no hay una escalación paulatina del deseo sino, más bien, una urgencia por descargar. El producto de consumo pues no pertenece a una masa universal y compleja, donde los argumentos sirven para incluir al sujeto en lugar de excluirlo, sino que por el contrario triunfa la especificidad del objeto mediante una subdivisión de los grandes géneros (Porta, 2012: 73). *Las grandes narrativas no han muerto*, como señalaba Lyotard en *La condición posmoderna*, *se han especializado*, he incluso diría más, *se han democratizado*.

La libido pues no sigue la corriente de los antiguos esencialismos sino que se ha lanzado al campo del pragmatismo, de la rapidez, la liquidez, la impaciencia y el trabajo obsesivo. El yo, sobreexplotado por sí mismo, no es que se retire dejando paso a un actuar “más inconsciente” sino más exigente consigo mismo y sobre todo más

¹⁶¹ Esta “variedad ofertada” es, siguiendo a Porta y Han, el dictamen de lo *igual* cuya aura mística de personalización disuade cualquier tipo de constatación subterfugio de dicha dictadura (Han, 2014: 27). Si de la ley se dice que *todo el mundo es igual ante la ley*, en la era de la economía emocional se podría decir que *todo el mundo es igual ante la oferta*. De hecho, Han dirá que «el capitalismo elimina por doquier la alteridad para someterlo todo al consumo» (Han, 2014: 30), es decir, el capitalismo siempre intenta eliminar lo que no es igual a sí mismo en pos de reafirmar la simetría y homogeneización que el propio sistema produce, es por ello que la actitud consumista, tanto al comprar objetos como en las relaciones amistosas, amorosas o sexuales, se caracteriza por el mantenimiento constante de sí mismo buscando en el otro (o en lo otro) la confirmación de sí mismo (Han, 2014: 33).

autodestructivo y punitivo. El culto al personalismo, al ego, es subterfugiamente el culto a la soledad alienada en objetos de consumo, a la interacción remota, a la marginalidad, a los etiquetados y empacados estilos de vida, etc... En esta tendencia el sujeto no sabe del Otro en sí mismo, sino que lo presupone desde la retórica de las narrativas imperantes y objetivamente neutras.

Este culto pues se presenta como un autoritarismo blando que atiende a las exigencias del mismo sistema capitalista que en vistas del aumento de distintos lobbies sociales trasmuta su forma y se amolda a los tiempos que corren ofertándolos:

el consumidor *qua* perverso polimorfo trae consigo las cualidades pulsionales que el capitalismo estimula o inventa *ex nihilo*, construyendo un modelo de ejercicio de las pulsiones libre, errático y plural. Su atributo principal es la promiscuidad, entendida no sólo en el sentido físico que adquirió en el siglo XX (frecuencia de los encuentros sexuales, y habilidad para conseguir muchos con variados individuos), sino sobre todo en el sentido espacial que tenía en el XIX (capacidad para desplazarse, cambiar, mutar). En su origen el término «promiscuidad» se definía por oposición a «intimidad» y estaba ligado al estatus de clase y al uso del espacio que éste implica. La dinámica del cambio de tendencias y productos facilita la impresión de que podemos transformarnos sin pagar peaje (Porta, 2012: 78).

Este último “sin pagar peaje” se refiere a la muerte del apartado simbólico del mismo acto, perdido en un aumento de la capacidad, proveniente de la moda democrática, de *llegar a acuerdos*. El pragmatismo busca el acuerdo más que el argumento, lugar éste último donde se halla toda la sustancialidad subversiva. Vivir una historia de amor en el campo de batalla de los afectos se ha transmutado en una experiencia romántica similar a una montaña rusa en el que los afectos pasan por encarriladas situaciones *como si* se hubiese luchado por el amor. Como quien paga el ticket de entrada al parque de atracciones firma un *contrato afectivo* mediante el cual puede actuar irresponsablemente ya que tácitamente está todo asentado o por el contrario compungirse y respetar el propio contrato. El valor legislativo de los afectos permite la expresión “pura” de los valores que los contratantes desean defender ante la sociedad, por lo tanto también tiene un aspecto religioso dicho contrato. El vínculo afectivo pues gana en consenso pero pierde en privacidad, gana de cara al público a costa del sacrificio de la intimidad. ¿Cómo se percibe esto en la práctica? Las relaciones de pareja románticas pactan ciertas directrices sobre las que vivirán su trayectoria hasta

que el sentimiento de enamoramiento se acabe por morir, dejando en pie las virtudes de la relación en forma de virtudes relacionales, de representación pública. El amor que los vincula no se establece a raíz de una narrativa puramente romántica en el que hay un *no sé qué* que hace a la otra persona especial, una mirada íntima que solo puede ser compartida cuando se alcanzan los últimos anillos de la privacidad, sino que por el contrario los valores por los cuales se ha establecido la relación, que socavan toda posible emergencia de intimidad, objetivan esa complejidad afectiva simplificándola en psicologismos y tips de emergencia que como todo psicólogo perceptivo-conductual tirará de manual y salvará el día. Otra vez, la emergencia del Otro para su descubrimiento acaba por sepultarse bajo las líneas del pragmatismo en defensa de una relación afectiva ubicada en las antípodas del romanticismo, justamente en el neoromanticismo.

La enunciación del *ethos* consensual no consiste simplemente en «hablar las cosas con calma», sino en un modo expresivo particular: *confesional* y *autorreflexivo*. Esta modalidad se ha convertido en sinónimo de *comunicación verdadera*, dejando en segundo plano todas las otras formas de intercambio intersubjetivo. En el modo confesional y autorreflexivo se combinan de manera manipuladora dos criterios: la exigencia estatal de revelación pública de la interioridad del ciudadano y la querencia «ginofílica» por la comunicación confesional compulsiva, equívocamente presentada como «más femenina y sincera» (Porta, 2012: 87).

Los afectos, democratizados y socialmente aceptables, se encuentran pues constreñidos bajo un consenso público relacional, donde la intimidad de éstos se convierte en una exigencia por el compartir, en lugar del comprender. Según Porta esta estrategia proviene del *marketing democool* el cual se caracteriza principalmente por *contar con la opinión del público y la elección al gusto de éste*. Esta estrategia de comercialización de los distintos productos hace que la capa retórica que barniza el producto lo traslade al lugar del consenso común y la aceptabilidad de los consumidores. Para que se entienda esta dinámica Eloy pone de ejemplo una oferta de los hoteles NH, en la cual los clientes de la cadena hotelera podían

tomar parte, a martillazo limpio, en la demolición de un hotel necesitado de renovación: así los participantes contribuyen a construir el futuro y toman parte en la destrucción del pasado, y ello por medio de un comportamiento perverso y tolerado (Porta, 2012: 88).

La perversión tolerada es el lugar desde el cual se hacen todas las operaciones sentimentales y financieras. El consumo del narciso dirigido tiene su justificación por el respeto de la singularidad del mismo consumidor. Este respeto, el distanciamiento democrático y tolerante (que es ficción relacional) de los media, por el simple hecho de estar permite que la experiencia de consumo tenga un aura intimista que amplía el espectro de confianza entre la corporación y el espectador. «La cultura no son sólo los objetos que uno consume, sino sobre todo los que reconoce consumir y a partir de los cuales elabora un discurso reconocible» (Porta, 2012: 91). No es uno pues el que compra, sino que es comprado por el Gran Otro®.

Uno de los modos en los que la Cultura se apropia de todas estas expresiones singulares y subculturales es a través de la apelación a las distintas comunidades marginadas¹⁶². Todos los deseos de comunidad que se hallan en las distintas culturas suburbanas, es decir, aquellas que se fabrican al margen de las grandes corporaciones, son aspirantes a aparecer dentro de anuncio publicitario. El uso de los símbolos que definen dicho estilo son copiados al *mainstream* donde lo que pasaba desapercibido se hace visible a ojos de todos (Porta, 2012: 98). ¿Por qué sucede esto? Porque las grandes compañías que presentaban un modelo de hombre masa general ha perdido fuelle, y en su lugar las subculturas que «representan la minoría con un

¹⁶² Esta apropiación se da por el simple hecho de que tiene la posibilidad de ser sustraída a una convalidación general, de lo contrario quedaría excluida del propio sistema mercado. Tiqqun señala que «el Imperio no excluye sustancialmente nada, sólo excluye cualquier cosa que se presente ante él como *otro*, que se sustraiga a una convalidación general» (Tiqqun, 2014: 35), y en páginas más adelante, y en esta ocasión recordando a George Bataille en un artículo titulado *Psicología de masas del fascismo*, mencionan que «la base de la *homogeneidad* social es la producción. La sociedad *homogénea* es la sociedad productiva, es decir, la sociedad útil. Cualquier elemento inútil es excluido no de la sociedad total, sino de su parte *homogénea*. En esta parte cada elemento debe ser útil a la otra sin que la actividad *homogénea* pueda alcanzar nunca una forma de actividad *valiosa en sí*. Una actividad útil demuestra siempre un *rasero común* con otra actividad útil, pero no con una actividad *para sí*. Ese rasero común, fundamento de la *homogeneidad* social y de la actividad que revela, es el dinero, es decir, una equivalencia mensurable de los variados productos de la actividad colectiva» (Tiqqun, 2014: 39). Ante esta homogenización Bataille opondrá lo *heterogéneo* pero, como corrigen Tiqqun, sigue cayendo en el campo de la representación al considerar lo hetero como una totalidad opuesta. La respuesta de Tiqqun es justamente prestar atención al *resto de la representación*, a lo que es de *hecho* lo heterogéneo, «de que eso sobre lo que se ejerce el poder se le escape de continuo» (Tiqqun, 2014: 41), es decir, el objeto *a*, aquello que de hecho es algo que escapa al control fáctico reconociéndolo como inconmensurable, imposible de ser individualizado en tanto que sujeto, cuerpo, cosa o sustancia, sino como *manifestación*, acontecimiento cuya *negación procede de fuera* (Tiqqun, 2014: 41). Como aclaran más adelante, no consiste tanto en expresar una contradicción (social, política, cultural, sexual, etc.) sino señalar «el hecho de que exista esa contradicción, la irresoluble alteridad de lo determinado frente a la universalidad omnívora del Imperio» (Tiqqun, 2014: 42).

propósito definido y con un estilo claro» (Porta, 2012: 98) son el ítem perfecto para recobrar la solidez del hombre masa.

Esto recuerda al concepto de *Urbop* trabajado por Porta en *Homo Sampler*. Los afectos *del momento* más el aura primitivista que enraíza los primeros dan como resultado un producto ubicado en el presente con resquicios de un pasado natural ficcionado (Porta, 2012: 101). A través de este concepto se puede explicar, en parte, el fenómeno de la *reificación* elaborado por Lukács desde la crítica marxiana, por el cual la subjetividad queda anulada por una simple cifra, es decir, los rasgos propios de la subjetividad se transmutan por valores de cambio. ¿Por qué *en parte*? La reificación es una parte del proceso actual, ya que no sólo son modificadas las cualidades subjetivas propias sino que además de ello son reproducidas a través de dispositivos que generan subjetividad. En palabras de Porta, «en el estadio del capitalismo en que nos encontramos éste no es sólo un represor de la voluntad; es, sobre todo, un dispositivo productor de subjetividades, que las genera y codifica a la vez»¹⁶³ (Porta, 2012: 107). El concepto de *reificación* de Lukács es reactualizado por el de Honneth de *reconocimiento* tal y como apunta Porta. Lo que buscan los consumidores es que su perversidad, su ser abyecto y alienado sea reconocido. Según Porta hay tres espacios que suelen ser sobre explotados por las exigencias del capital emocional: «*legislativo* (el otorgado por las leyes), *social* (la notoriedad en un campo laboral) y *afectivo* (en la vida en pareja)» (Porta, 2012: 110). Dicho con otras palabras, ser *tolerante y respetuoso con las opiniones de los demás*, la dictadura de lo *políticamente correcto*, tener un trabajo cuya representación pública sea *acorde con los gustos del trabajador* (parecer lo menos alienado posible), y que las relaciones de pareja que se hayan mantenido y se mantengan puedan ser descritas como *sinceras y comprometidas* con ciertos *valores éticos relacionales*. Pero hay un fallo en esta reactualización y es precisamente el hecho de que en el análisis de Honneth se habla de la reificación pero desde el aspecto humanista dejando el asunto como una cuestión ética cuando realmente es una cuestión socioeconómica tal como apunta la crítica de Nancy Fraser (Porta, 2012: 112-113). Si

¹⁶³ El distanciamiento que produce esto sobre los sujetos resulta en que el individuo acabe por amar «su imagen, es decir, algo que no solamente le es extraño y exterior, sino que en el sentido pleno del término, la posee» (Tiqqun, 2012: 66). Es por ello que el sujeto vive bajo la tiranía de la imagen de su yo, en la carcelaria subjetividad que habita.

Lukács señalaba que la subjetividad se trasmuta por valor de cambio, un puro dato, Honneth por su parte que la subjetividad se convierte en la lucha por el reconocimiento en distintos ámbitos sociales haciendo de dicha lucha una conquista moral, Fraser señala que más que reificación o reconocimiento el problema es de *redistribución*, apuntando con este concepto que dentro de toda crítica dirigida a la economía emocional se debe velar por las esencias culturales que contribuyen a la reificación o al reconocimiento. Es decir, no es que los análisis de Lukács o Honneth anden desencaminados, sino que falta señalar los dispositivos que generan y producen la subjetividad, ese Humanismo® “con buenas intenciones”. Con este movimiento crítico Fraser pretende desvelar la intención economicista del dispositivo afectivo, a lo cual Porta llamará como *la epifanía de la reificación emocional*, el cual se define como «la pérdida de la inocencia que se produce al descubrir el fundamento económico del sentimiento» (Porta, 2012: 114). Dicho con otras palabras, lo que se pretende con esta crítica es el desvelamiento de los movimientos performativos realizados por los sujetos como aclaradores de la pertinencia del mismo a una jerarquía. De este modo se puede ver como la individualidad discurre por un entramado de dispositivos afectivos pertenecientes a una trama capitalista. Estos dispositivos pues se desprenden de los intereses financieros, y no precisamente como aquellos en oposición a él o como abyecto por éste.

Por su parte Porta propone conjuntamente a todo lo dicho hasta ahora su propia concepción del término reificación. En su lugar trabajará desde el concepto de *reificación* el cual se define como

modalidad narrativa –textual, visual o ekfrástica [...]– que aborda como tema central, manifiesto y articulado la casuística de la mercantilización aplicada a la vida íntima, mostrando las dos dimensiones de ese proceso: la capitalista y la humanista (Porta, 2012: 120).

Desde la crítica literaria este concepto se ha utilizado bajo el nombre de *autoficción* en la cual el autor autobiográficamente presenta las distintas solicitudes del mismo sistema, y como las enfrenta, y asume, mostrando las distintas caras de los dispositivos afectivos que se van dando a lo largo de su vida. Así, el escritor se presenta bajo dos posturas yuxtapuestas: el cinismo (distanciamiento con el dispositivo capitalista) y la confesión (descripción afectiva humanista). Con este movimiento el autor expulsa de sí el Humanismo y el Capitalismo tal y como señala Porta en la última

cita. En pocas palabras, justamente las del dibujante Miguel Brieva, lo que hacen estos autores es presentar la *poética financiera* que se halla en la cotidianidad de los media y lo relacional (Porta, 2012: 121). Precisamente, allí donde la subjetividad *sobre* y se presente como un *excedente*, es donde el dispositivo aparece, ya que los sentimientos «*son corrientes que van desde el corazón mecánico hasta la lista de ventas, desde la guitarra hasta la fama, desde el objeto hasta su codificación utilitaria*» (Porta, 2012: 124). Con esto Porta señala que el modo en el cual el dispositivo afectivo funciona es, no una relación emocional entre el sujeto y el objeto sino, en el discurrir del sentimiento por una red de sujetos, que desplazan al propio sujeto objetivándolo. Por esta razón dirá que «todo sentimiento puede ser capitalizado, al precio de externalizarlo, objetivarlo y consentir una mediación financiera» (Porta, 2012: 129).

Los dispositivos afectivos corporativos encajan en las descripciones de que hace de éstos Hochschild como «drenaje del cuidado» o «desviación del amor» (Porta, 2012: 130). Como si fuese un captador de sueños, de la soledad, del silencio, de la angustia, de la ruptura de pareja, del despido del trabajo, de todo sentimiento paupérrimo, ofrece una serie de *comodidades* (en el sentido de comodidades ofrecidas por el sistema capitalista) que habilitan al sujeto tenerse en pie, al Yo para ser exactos¹⁶⁴. ¿Cómo sucede éste viraje? El capitalismo se muestra en una posición bastante temerosa, y es la del *asceta*, ya que el asceta produce bienes inmateriales dirigidos directamente a la sociedad. El hecho de que sea una postura *temerosa* es precisamente por la ambivalencia en la que se presenta, puesto que permite la articulación marginal de un pensamiento moralista que tensione el espíritu utilitario (y moralista también) de la economía emocional (Porta, 2012: 139). Al ser una batalla

¹⁶⁴ Lo que se oferta es una salida de sí mismo, una negación de la asunción del propio estado depresivo en el que se encuentra el sujeto. La ansiedad y todas sus variantes provienen de justamente del hinchado Yo abocado siempre al éxito o al cumplimiento de la promesa de la imagen de sí a la cual se ha amoldado. El sujeto, como explica Byung-Chul Han, está derrumbado sobre sí mismo en lugar de responder con la otra cara, el Eros, que es estar dispuesto hacia afuera, hacia el encuentro con el otro sin el empuje narcisista sino con algo muy distinto, el amor propio (Han, 2014: 11). A este respecto, la depresión se presentaría como «la imposibilidad del amor [...] o bien el amor imposible conduce a la depresión» (Han, 2014: 13), es decir, el desconocimiento de sí mismo (véase el Otro como sí mismo inconsciente, como mencioné en la primera sección) sumado a la radical alteridad del otro amado, el Yo se agrava con cada “conquista” o con cada pantomima que hace de sí mismo entre la ingente cantidad de imágenes ofertadas que incluyen dentro de sí la posibilidad de concluir algo: concluir un gusto, un éxito, un Yo, etc... La depresión desde esta perspectiva se presenta en esta época en la cual hay una sobredeterminación por deslimitar, abrir, deconstruir, etc., como una incapacidad del sujeto por cerrar, desligarse, cortar (Han, 2014: 40).

inmaterial, parece bastante ridículo hablar de objetos de consumo, pero precisamente son objetos de consumo porque lo que se oferta es subjetividad objetivada, un estatuto social, una clase, una mirada del Otro®. Justamente sobre aquello que *se posee pero no se tiene* de los objetos/sujetos de consumo¹⁶⁵ recibe el nombre de *lathouses*, término que ya vimos en *Homo Sampler* que se definía por aquellos objetos que contienen oro a la vez que escoria, es decir, al identificarse el sujeto con él y proyectar su angustia en él, éstos no le permiten darle ninguna satisfacción si no es mediante su repetición obsesiva. El *lathouse* por excelencia es el objeto *trash*, cuyo origen nostálgico constata la imposibilidad de *volver a aquellos tiempos pasados* (Porta, 2012: 146). El sujeto de consumo contiene en sí la promesa de cumplimiento, de reconocimiento, de redistribución de la sentimentalidad deseante y sonante del consumidor¹⁶⁶. Heath y Potter señalan que el motor del consumismo no es el gasto de dinero en cosas que sirvan para integrarse socialmente sino justamente para *diferenciarse*, distinguirse (Heath & Potter, 2005: 120), éste último concepto, el de *distinción*, fue estudiado por Pierre Bourdieu en su análisis sociológico en Francia entre los años 1963 y 1968, definiéndolo como aquel que concreta el *habitus* de la sociedad mediante una *violencia simbólica*

¹⁶⁵ Lipovetsky señala una paradoja entre el sujeto y el objeto de consumo. Cuando un consumidor adquiere un objeto en la actualidad (según comenta Lipovetsky la actualidad de la ligereza y el alivianamiento de los órdenes jerárquicos) no adquiere un objeto en función de su valor de uso para el usuario, sino por el valor de uso del mismo objeto, es decir, el objeto en lugar de simplificar la vida al usuario, simplifica la vida del mismo objeto. Una representación de esto mismo serían todos aquellos productos que para adquirirlos o al consumirlos en lugar de facilitar la vida del sujeto la empeoran, como montar un mueble de Ikea, o tener millones de aplicaciones “útiles” en el teléfono móvil, o todo efecto secundario que se mezcla con el entusiasmo primario al que el consumidor seducido se lanza (Lipovetsky, 2016: 236). De hecho, sobre este asunto ya habló Hannah Arendt en una conferencia del 1957 titulada *Labor, trabajo y acción* en la cual instaba a los arquitectos, inventores y demás ingenieros a pensar el arte desde lo humano, antropologizar las herramientas y los espacios vitales de los ciudadanos, de modo totalmente contrario evidentemente del de la economía emocional.

¹⁶⁶ Una reflexión que considero es bastante significativa a la hora de comparar los métodos de análisis psíquico entre el psicoanálisis y la psicología es el modo en el cual el paciente que acude con una sintomatología que desconoce y busca respuestas, no las obtiene del primero y en cambio en el segundo éste recibe un abanico de posibilidades a escoger la que más, considere, se adecúe a su padecimiento. La mecánica es, en este segundo caso, la misma que lleva a cabo la economía emocional, ya que captando al sujeto perdido le ofrece una respuesta su padecimiento. En lugar de una *comprensión* de éste se le ofrece una *compresión* del síntoma, un *empaquetamiento*. Siguiendo la concepción de Freud de los objetos de consumo recordado por Porta, éstos son fetiches que contienen el «síntoma de insuficiencia o una inmadurez de su propietario, quien «no se basta a sí mismo» y transmite su contenido emocional a un continente» (Porta, 2012: 157-158), y continúa con Lacan en la forma de *lathouse* que desvela precisamente en su consumo, en su compra, la verdadera dimensión angustiante de la pulsión que nunca puede ser saciada (Porta, 2012: 158).

por aquellos que poseen capital monetario sobre los que tienen menos, imponiendo un gusto dominante¹⁶⁷ (Heath & Potter, 2005: 142-143).

Con todo esto, y volviendo a Porta, lo que podría considerarse es que el ciudadano, el consumidor, no quiere lograr *objetivos*, sino más bien representar *papeles*, tal y como señala McLuhan (Porta, 2012: 147). Es decir, los objetivos son simples *checkpoints* del propio sujeto que se embarca en una panoplia de pasiones y rechazos, amores y tristezas, hasta que todo el trayecto cese, lo cual desembocaría en una pesadilla. No es tanto el cumplimiento del objetivo lo que desea el sujeto sino toda la parafernalia teatralera por la cual deambula hasta “lograr su objetivo”. Es, toda la red de sujetos (de reificaciones), una cuestión performativa, donde no sólo los objetivos están dispuestos sino que también las cadenas de montaje por las que los afectos del sujeto deambularán hasta el cumplimiento de su objetivo. A lo largo de este proceso, de esta cadena de montaje, se desarrolla un proceso creativo y artístico que significa y distribuye los afectos hacia sí mismo como un circuito cerrado bajo la apariencia de apertura y solvencia.

Ya en *Homo Sampler* se presentó la idea de que lo primitivo era una instancia ficcional cuyos objetivos consistían en la disposición nostálgica de una red de elementos anacrónicos que permiten la recuperación de una época, en comparación con el presente, más fructífera. La cadena de montaje en este caso pretende hacer de la relación del sujeto con su pasado una recurrencia reflexiva, es decir, una tendencia al retorno de un lugar previo como *buena vida*. Esta recurrencia reflexiva no sólo se ve en la cotidianeidad consumista sino en la propia crítica cultural, como es el caso de Zygmunt Bauman, quien con su concepto de *líquido* apunta a la pérdida de los valores, a la impaciencia, a la búsqueda constante de la liquidez de nuestros actos, a la velocidad y lo efímero. Esta *caída en lo primitivo*, que aunque esté o no explícito aparece por oposición directa o indirecta, Porta la va a llamar la *Falacia de Jano*, la cual

¹⁶⁷ Heath y Potter sobre este asunto de la distinción señalan conjuntamente con Thorstein Veblen que en determinado momento los bienes de consumo de primera necesidad, es decir, agua potable, comida sana, viviendas aceptables, etc., pasan a ser valorados por su propiedades *distintivas*, provocando así un desperdicio de energía social ya que la ilusión del juego de competitividad desgasta los distintos (y distinguidos) estratos sociales (Heath & Potter, 2005: 132).

consiste en contemplar el pasado con ojos idealistas y filosóficos a la vez que se mira el presente con escepticismo sociologista. Esa falacia suele ser el resultado de tomar un caso extremo, presentarlo como si hubiese sido representativo de su momento histórico y cotejarlo con otro ejemplo hiperbólico del presente, siempre con la mirada puesta en un pasado que jamás se describe con la mirada puesta en un pasado que jamás se describe en detalle y siempre se explica de manera anacrónica (Porta, 2012: 167).

Este posicionamiento desde la falacia es según Porta un voyerismo intelectualizado similar al que se halla en la distinción propia de clase, una diferenciación cuyas resonancias participan del clasismo burgués que jerarquiza la experiencia sensitiva a partir del espectro de inversión del capital (Porta, 2012: 167). La crítica, al igual que los objetos/sujetos de consumo, son considerados como *blobjetos*. ¿Qué son? Este tipo de “objetos” se comportan de forma orgánica en la cotidianeidad, son curvilíneos, bioformes y blandos. Es decir, se adaptan al cuerpo del propietario en lugar de incomodarlo como lo hacían los productos del viejo sistema productivo que era lineal e industrial (Porta, 2012: 168). El consumo de un blobjeto conlleva el cuidado de la imagen que se le ha proyectado, que al igual que la crítica realizada por Bauman que señala los objetos y entre líneas deposita una moralizante instrucción, el sujeto debiera hacerse responsable del blobjeto en la medida en la cual éste participa de su angustia, de su pulsión, de la necesidad de externalizar las prácticas y los deseos, y anclarlo en el presente para no caer en la Falacia de Jano. Lo que suele pasar con los blobjetos es que vienen con *manual de instrucciones* en las que se encuentran los dispositivos afectivos de la economía emocional. Ante este panorama Porta dirá que «*el consumidor, ese Don Nadie a quien la televisión dispensa tratamiento de Majestad, puede vivir, entonces, su gran rutina inalterable como si fuera el retiro, tan anhelado, de un exhausto luchador*» (Porta, 2012: 189).

Continuando con el análisis Porta vuelve nuevamente a los espacios supuestamente libres de afectos ficcionales: la expresión de las subculturas. En este campo en el cual se gestan nuevos códigos emocionales como pueden ser el «enfado *punk*, la indignación *hardcore*, la jarana *funcore*, el enfático lamento *emocore*» (Porta, 2012: 193), etc., resultan ser también jerárquicos y lo que parecía en un primer momento un movimiento de resistencia ante los afectos del mismo sistema de la economía emocional se convierten en heterodoxas formas apropiadas por el mismo. De

hecho, esto puede llevar a la representación y defensa de un sentimiento de forma estricta como “movimiento subversivo”. Pero, esto no es precisamente la misma tónica por la cual el capitalismo absorbe para reproducir en masa, sino que se muestra como el espacio de las subculturas al igual que el de la Alta Cultura da pie a una batalla cultural donde se

dirime el valor de las emociones y su pertinencia, y que esa misma lucha se reproduce en las subculturas, las cuales aun siendo una instancia liberadora, pueden también codificar, caricaturizar e incluso reprimir los afectos, aun los más espontáneos (Porta, 2012: 194).

Con esto se puede derivar que la idea de emoción es similar a la de capital, es decir, los afectos no tienen un valor personal si no es mediante su expresión social. Dicho con otras palabras, la intimidad, el espacio privado, etc., no son sin el reconocimiento de éste por el apartado público. Porta, desde las ciencias sociales, llama a esto el *giro emocional* el cual se caracteriza por la desmitificación del sentimiento puramente personal e íntimo tomándolo como un dato o «una secuencia de datos que definen el mundo relacional de manera consistente y necesaria» (Porta, 2012: 195). Es por esta razón por la cual expone tres modos en los que esta cuestión del giro emocional ha sido fundada:

a) No hay tal cosa como «sentimiento privado»; el sentimiento sólo cobra sentido cuando es públicamente expresado en un contexto en que puede ser reconocido y evaluado (Bourdieu). b) La expresión del sentimiento tiene carácter indexal, es decir, sirve en primera instancia para aclarar cuál es la posición del sujeto en el *statu quo*, o en un orden de valores determinado (Illouz). c) La enunciación colectiva y comprensible de sentires indexales da lugar a una *estratificación emocional*, una jerarquía cuyo elemento básico es la intensidad a la hora de expresar los sentimientos (Randall Collins) (Porta, 2012: 195).

Como se puede observar, el giro emocional contempla el papel del espacio social como fundamental para el reconocimiento del sí mismo. De hecho, podría pensarse que no hay un sí mismo si no es a través de la cultura. Porta señala que estas tres posturas comparten la concepción de la emoción como un capital, es decir, al contrario de la tradición romántica estos autores consideran el campo afectivo como el lugar desde el cual el valor de cambio se fabrica. Esta postura parece tener su lógica dentro del mismo sistema financiero ya que es desde él donde se articula cualquier tipo

de afecto, ya sea cultural o subcultural, como norma general o como resistencia a ésta. Los individuos se agrupan en función de una sentimentalidad expresada en los distintos objetos/sujetos de consumo, por la performatividad de ciertas ideas y demás dispositivos eficientes que pueden ser estudiados por la sociología, como por ejemplo la diferenciación de clases. Este tipo de teorías reviven una de las premisas distópicas de la Escuela de Frankfurt:

la colonización del sentimiento constituye la última frontera en el despliegue del capitalismo; el sistema de mercado no sólo «persuade» al consumidor sino que principalmente lo «seduce», es decir, le hace vivir en un código emocional determinado (Porta, 2012: 196).

Y ante esto, tema subyacente a toda la crítica expuesta en los libro de Eloy Fernández Porta, Mario Perniola traído por Porta propone la noción de *sensología*, que se define por un proceso de persuasión sensorial a través de los medios (o *mediacracia*) y señala, con una crítica frontal a los media, los dispositivos que emergen de ellos cuyo objetivo consiste en «fetichizar la experiencia, des-sexualizar la vida privada y transformar la experiencia erótica en pornografía» (Porta, 2012: 197). De esto se deduce que los media transmiten, a través de la enunciación (y codificación) emocional, una configuración comunitaria o de comunidad que permite a los sujetos reconocerse dentro de una serie de códigos connotativos y denotativos. Porta lo verá como *comunidad de criterio*, señalando precisamente la dimensión moral del marco ideológico por el cual discurren los dispositivos afectivos.

¿Cómo se configuran pues las comunidades de criterio? Según Porta mediante tres formas particulares que se fundamentan en un principio de antagonismo estructural, dispuesta como prevaleciente a cualquier otro tipo de red emocional. Estas son dichas tres formas:

reactiva (el sentimiento original no es una corazonada sino una réplica), *exclusivista* (la comunidad obtiene cohesión a partir de una «senso-crítica» que sólo una minoría iniciada puede compartir) y *agonística* (la comunidad imagina un horizonte, o un destino, que consistiría en la erradicación del saber emocional adversario) (Porta, 2012: 199).

Aun con todo, el sentimiento de antagonismo en el que se funda el criterio exige del sujeto una represión primordial de su sentimentalidad semejante a la

iconoclastia, por ello llamará a este comportamiento *sensoclastia*. La negación del sentir en pos de ciertos afectos. Una representación clara de esto es la de la hombría, que se impone ante cualquier influencia externa alienándose y produciéndose al mismo tiempo en la concepción de lo masculino como viril. Esta performatividad de la hombría se muestra como resistente pero a la vez manipuladora, comunitaria y extensiva¹⁶⁸. Lo mismo sucede con la estética romántica de lo siniestro en la cual se aprovechan los desechos, los experimentos con humanos fallidos, y todo aquello que muestre lo que debiera permanecer oculto. En esta corriente se muestra la representación óptima del horror como traumático, lo cual según la postura de Hal Foster, es imposible expresar un *realismo traumático* de lo siniestro por la simple razón de que la experiencia traumática no puede ser convertida en *habitus* (Bourdieu) y sistematizada en un código artístico (Porta, 2012: 201). Pero al fin y al cabo se presenta también con cierta *sensoclastia* ya que predomina todo aquel tipo de sentimentalidad relacionada con lo que no está expresado por los canales usuales de sentimentalidad, sino que justamente se muestra como abyecta y por lo tanto antagonista y con criterio propio por oposición. Lo siniestro, al igual que la hombría, se presenta como la emergencia del enemigo interior, de lo que permanece en las oscuridades de la performatividad, lo que oculta la ley, y es justamente lo que permite la tarea de la construcción comunitaria «porque su conocimiento de campo sirve para validar los prejuicios de los no iniciados» (Porta, 2012: 203)¹⁶⁹. Esta dinámica que se atestigua tanto en la hombría como en lo siniestro no se presenta como un fin en sí mismo, es decir, un circuito cerrado, sino precisamente como el puente de acceso a «una preocupación emocional de rango más elevado» (Porta, 2012: 213). Es decir, habilita cierto tipo de iluminación, maestría sobre los afectos. Con este tipo de encuadre se pueden comprender, más que intelectualmente,

¹⁶⁸ Tiqqun en la misma línea de Porta señala que «en cuanto identidades insustanciales, la «virilidad» y la «feminidad» no son más que útiles de fácil manejo en la gestión espectacular de las relaciones sociales. Son abstracciones necesarias para la circulación y el consumo de otras abstracciones» (Tiqqun, 2012: 77).

¹⁶⁹ La crítica, por parte de Perniola y sus seguidores, que se hace de toda esta perspectiva sobre el antagonismo/criterio consiste en considerar que la singularidad del sujeto se halla superpuesta sobre un fondo monocromo donde se proyecta un paisaje concreto en el cual el sujeto se identifica y se adapta. El objeto de crítica para ellos es precisamente el paisaje que se halla detrás de la persona. En cambio, para Porta, lo que más convendría sería establecer un posicionamiento *pluralista* que se distingue de la crítica de Perniola & Co. por realizar un análisis más dinámico y activo con la idea del mercado de las emociones, en el cual se desvela el propio *goce del mercado* (Porta, 2012: 203). Porta aquí recupera la dinámica que proponía Nancy Fraser al ampliar el *reconocimiento* de Honneth y la *reificación* de Lukács.

emocionalmente los sucesos que acontecen en la historia y así, ubicado en el porvenir de una historia, reconoce su propia dimensión colectiva.

¿Qué proceso lleva a cabo el sujeto para identificarse con un *criterio*? Porta, siguiendo a Baudrillard, considera que el sujeto apuesta, y que en dicha apuesta se halla su complemento patológico: la ludopatía incurable (Porta, 2012: 215). ¿A qué se refiere con esto? El sujeto que apuesta por un determinado estilo que combina una apreciación estética y una conducta moral al mismo tiempo, le permite acceder a la dimensión social de sí mismo, se elige cada vez que un acontecimiento demanda de sí una respuesta. Lo siniestro y la hombría se presentan como si fuesen estrategias de *marketing* en las cuales se apunta a una elevación de la comprensión afectiva del universo que le rodea, es decir, un sentido para el acontecer fortuito de la existencia. El sujeto apuesta por este sentido, más bien, por este sentir, y en tanto que apuesta se lanza al azar de un maremoto de emociones que giran en torno a los protocolos de éstas. El *darse al azar*, el apostar, es llamado por Baudrillard como *De-cisión*, y quien se da a ella se convierte en el “Hombre/Mujer-Dado”. ¿Qué quiere decir todo esto? En el momento en el que el sujeto decide tomar la ilusión de apertura, de libertad, al azar cósmico, la causalidad natural, se halla igualado al resto de seres humanos, que al igual que el lanzamiento de un dado se deja en manos del azar, lugar éste igual para todos. Todos pues, al mismo tiempo, se encuentran limitados por las fronteras del imaginario del sentido apropiado mediante la apuesta. Esto según Porta es «una democracia absoluta que resuelve la desigualdad de las condiciones objetivas en una igualdad de oportunidades ante la regla¹⁷⁰» (Porta, 2012: 216). Dicho con otras palabras, el criterio (que habla también de sus antagonismos incorporándolos del igualitarismo legislativo de su propio discurso como un excedente o “mala hierba” de un mismo terreno o cuerpo humano) organiza la contingencia de la realidad a través de sus parámetros igualitarios. Porta en referencia a esto, y siguiendo lo dicho por Jean Baudrillard en *El intercambio imposible*, dirá que «”la realidad es democrática y la ilusión es aristocrática”, la ficción publicitaria democratiza las ilusiones de poder que traen consigo los objetos más exclusivos» (Porta, 2012: 216). Unos renglones más arriba hablé de *marketing* ¿cómo se

¹⁷⁰ Algo similar dice Lipovetsky al afirmar que «se compran los mismos ordenadores en todos los rincones del mundo, pero los adquieren individuos que tienen sistemas de referencia, trayectorias vitales, expectativas y conductas cada vez más diferenciados» (Lipovetsky, 2016: 333).

introduce el azar, y por ende el criterio, en él? El azar se introduce a través de la apertura del campo de posibilidades que pueden llegar a darse *si* se consume determinado producto. Evidentemente la *promesa de satisfacción*, que todo objeto de consumo tiene le proviene del imaginario en el que se introduce, de los cuales podemos encontrar muchísimos y todos con un criterio determinado, al igual que su antagonista. Porta presenta dos casos en los que la publicidad se hace con un criterio para su objeto/sujeto de consumo:

el del mindundi que liga con una superestrella (el anuncio de Pepsi en el que Shakira irrumpe en un *drugstore* astroso) y el del paraíso libidinal donde se trama una orgía (los primeros anuncios de móviles en discotecas, en que cada actor «contactaba» con todos los demás) (Porta, 2012: 217).

Sendos ejemplos forman parte del imaginario, aristócrata y viril, de la hombría, pero como ya señalé anteriormente hay muchos estilos, muchos criterios, con los que los productos que se ofrecen colapsan lo relacional y en muchos casos lo íntimo transportándolo al ámbito público.

Hay un factor que, aun siendo no mencionado, se encuentra en lo dicho, y es la noción de *comunidad del criterio*. El posicionamiento del criterio eleva a aquellos cuyo espectro afectivo se distancia de los demás. El concepto de *comunidad* desde esta perspectiva encuentra su máximo exponente en el pensamiento *globalizado*, en el cual, si en la hombría teníamos una comunidad de machos y en lo siniestro una comunidad de seguidores entusiasmados por la obra de David Lynch, aquí tenemos la comunidad de las comunidades. ¿Qué quiere decir esto? La globalización se posiciona por encima de cualquier tipo de comunidad precisamente no siendo ninguna y a la vez todas. Porta, siguiendo a Bourriaud, dirá que “comunidad”

es el término que se saca de la manga quien no sabe muy bien cómo articular el trato personal. Ello explica que de entre todas las praxis de trato humano generadas bajo la égida del pensar globalizado la más exitosa haya sido la más especulativa (Porta, 2012: 224).

El pensamiento globalizado tiene la pretensión de unificar todas estas comunidades de criterio eliminando justamente el factor antagónico que las define. Por ello el pensamiento globalizado, la comunidad de comunidades, impide más que habilita el trato personal selectivo, específico y enriquecedor poniendo en su lugar estructuras y

presupuestos de despliegue relacional más intrincados y distantes (Porta, 2012: 225). Con todo esto no se quiere moralizar las distintas comunidades de criterio que se han establecido, sino precisamente presenta un modo de análisis sociológico cuyas resonancias se dan en la multiplicidad de expresiones artísticas y por ende su valoración y consumo. La hombría, lo siniestro, e incluso lo globalizado son distintas formas en las que los afectos toman una dimensión estética y se presentan ante el público, los consumidores de cultura, como estilos dentro del marco relacional que de algún modo particular calan lo íntimo. La cuestión que está de fondo es la revisión de cuáles de estos criterios lleva consigo un residuo procedente de la economía emocional propia del discurso neoliberal y el instrumentalismo de los afectos.

Pero, ¿dónde está lo íntimo, lo personal, si el modo de expresión relacional solo se da en el criterio, en el antagonismo? Lo íntimo, lo personal, emerge como un exceso de toda comunidad, de toda relación. Es un quiebre producido por la excentricidad de lo singular de la intimidad. Este *glitch* o ruptura del espacio relacional se puede encontrar en todo tipo de comunidad de criterio, como un lapsus o encabalgamiento del mismo discurso entre otras manifestación que extralimitan el espacio comunal¹⁷¹. Un ejemplo de ello se puede encontrar en los modos de comunicación contemporánea, ya sea a través de mensajería instantánea o correo electrónico, el código que se da en dichos medios, como una comunidad de criterio, lleva como consecuencia varias *crisis de lo presencial*, es decir, las relaciones que se mantienen solo cobran consistencia en la lejanía «que es el objeto principal de las telecomunicaciones, y de la técnica por extensión» (Porta, 2012: 226). No por ello hay que culpar al progreso tecnológico y caer de pleno en la ya mencionada Falacia de Jano, sino que por el contrario como apunta Porta, «el agravamiento técnico es sólo una de las formas que cobra el devenir económico, que fluye a lo largo de la red relacional» (Porta, 2012: 226). Entonces, ¿hay una disputa constante entre la resistencia del espacio privado ante la conquista de lo relacional, de lo público? Según Porta lo que sucede en la contemporaneidad es que los valores que existían en la esfera privada van perdiendo consistencia, eficiencia y prestigio,

¹⁷¹ «En ese flujo *lo personal es un momento de máxima intensidad o, menos aún, es el grumo que entorpece el discurrir de los datos y los productos*» (Porta, 2012: 226).

a la vez que los valores relacionales se vuelven más seguros, fiables y satisfactorios [...] *la vida privada, lugar de evacuación ritual, reúne lo peor de ambos mundos: la racionalidad logística e inclemente del mercantilismo y la sentimentalidad sin escrúpulos que es parte de cualquier relación íntima*¹⁷² (Porta, 2012: 228).

¿Cómo se ha dado este salto? Una teoría que muestra Porta en las páginas siguientes es la creación de la *industria de lo personal* y la *industria de lo relacional*. Lo íntimo y lo relacional responde a las necesidades del capital a través de la creación de espacios en los que los sujetos pueden confesarse y vivir la experiencia de comunidad. Todo ello con el aura, que como decía Porta en la cita previa, de seguridad, fiabilidad y satisfacción asegurada. La industria de lo personal y lo relacional es un tema que se ha tocado someramente a lo largo del trabajo, por ello no es de extrañar que pueda resumirse en términos de industrialización de la vida afectiva.

Se disponen así una multiplicidad de dispositivos que habilitan al sujeto *hallar el equilibrio* entre la enorme cantidad de estilos, algunos procedentes de las mismas entrañas del capitalismo y otros marginales que, o bien han sido absorbidos por el mismo capital, o se quedan abyectos por una imposibilidad intrínseca. ¿Qué es la búsqueda del equilibrio? Según Porta ello es un mito que intenta alcanzarse mezclando ciertos productos de ambas industrias (de lo personal y lo relacional), con el fin de estabilizar la complejidad de nuestros afectos. Este pensamiento proveniente de la psicología práctica asume que los sujetos simplemente no han hallado su lugar dentro de la sociedad, y que por ello sus resistencias no son más que momentos de desequilibrio fácilmente solucionables en la medida en la que vuelvan a habitar un sentido de su intimidad y lo público. Porta señala que esto se reduce a una mentalidad restauradora, cuyas consecuencias las expresa diciendo que

sí, sentimos la esquizofrenia de los dos estilos de vida confrontados, pero esa sensación la reservamos para algunos episodios de autocrítica o de estrés; sí, creemos vivir en una economía libidinal, pero sólo en algunos instantes de efusión, o al repensar de manera libidinal nuestra rutinaria vida privada; sí, intuimos que el ocio es sólo una forma más de producción, pero sólo lo decimos con nuestras fases de cinismo (Porta, 2012: 230-231).

¹⁷² Aquí se refiere a la multiplicidad de exaltaciones del narcisismo que padece el sujeto en las relaciones de poder que se dan en las distintas formas de amar, ya sea ésta *Eros*, *Philia* o *Ágape*.

Ante esta perspectiva ofrecida por el pragmatismo psicologista, Porta hace una comparación de la doctrina personalista (corriente que más arriba señalé como aquella cuyo fin es la disposición de un Yo, un sentido, la singularidad del sujeto que le permite por un lado comprenderse afectivamente y por otro motivarle a actuar (un conjunto de *know-how* y *know-what*) en los campos íntimo y público) y las hipotecas basura diciendo que

la crisis de las hipotecas basura debería entenderse como *el resultado de la extensión de la doctrina personalista a un sector del mundo que sólo actúa de manera relacional, bien sea por limitación económica, por decisión privada o por combinación de ambas*. Perdida toda sustancia moral y todo contenido psicológico, «lo personal» sólo puede ser formulado como un estadio preliminar de la autobiografía productiva: los «consumidores personales» tienen dos sueldos fijos, mantienen un trato estable, son respetables y se dicen morales, *así que* tienen una casa en propiedad (Porta, 2012: 231).

Lo que tenemos en síntesis son *subjetividades basura* como señala Suely Rolnik. Estas subjetividades basura son el resultado del ejercicio instrumentalista de la economía capitalista que en los últimos años de crisis y recesión ha tenido que salir a flote precisamente vendiendo aquello que las altas clases no necesitan: *lo personal*. Esta alimaña se halla en cualquier tipo de anuncio publicitario que se preste: relaciones personales, amistades personales, tecnología personal, autodescubrimiento de lo personal, etc... Toda esta enorme cantidad de productos que ofrecen las industrias de lo íntimo y lo relacional hallan su intersección en lo personal. Sobre este tipo de productos Porta dirá que son basura pergeñada «*con lo peor del moralismo humanista, lo más repugnante del ethos burgués y lo más rastrero del utilitarismo mercantilista*» (Porta, 2012: 233). Justamente, todo este análisis que presenta Porta adquiere aquí su punto moralista, en el cual llama a las puertas de los lectores a desvelarse siendo objeto de *lo personal* haciendo que la vida afectiva (amorosa, amistosa y sexual) se torne un lugar confusamente claro para la verdadera complejidad que ello implica¹⁷³.

¹⁷³ Llegar a comprender, como menciona Lipovetsky, que las relaciones amorosas, el romanticismo, aun perdure, contrapuesto a una vida sexual activa y un constante salto de historia en historia de amor (*soltarse el pelo y caer en pleno vagabundeo orgiástico y mescolanzas sexuales*), es un trabajo que implica saber que el deseo de ser reconocido como ser singular por la persona amada es el soporte primordial del campo de la intimidad. La economía emocional se encarga de sobre explotar este fundamento de todo amor empaquetándolo y negando la aparición de la singularidad en la alteridad. «El

Desembarazarse de las imágenes que constituyen el devenir del sujeto como un Yo personalizado equivale a acabar con los prejuicios con los que carga el mismo sistema capitalista: distintas crisis por la codicia de los inversores, la naturaleza especulativa del sistema financiero y la creencia en el mito del crecimiento ilimitado (Porta, 2012: 231). Estas tres tendencias se pueden hallar también las variadas representaciones de lo personal en la contemporaneidad pero solamente de forma subterfugio o con cierta distancia simbólica del *ethos mercantil*, lo cual constituye la actitud del consumidor por excelencia. «Con ese *falso mediador* [lo personal] nos sentimos a salvo de la persuasión mediática; cuando más convencidos de ello, más indefensos ante el *infotainment*¹⁷⁴» (Porta, 2012: 235). Este “falso mediador” del que habla Porta es lo que más adelante señalará con Paglia como el cumplimiento del ideal del neoliberalismo: *un mundo sin subtextos*, «donde han desaparecido todos los implícitos, los resquemores, el rumor de fondo que constituía la sustancia de la amistad» (Porta, 2012: 237). De algún modo este falso mediador constituye no solo el Velo de Maya schopenhaueriano, sino que a la vez también ofrece lo que cubre, es decir, el objeto mismo, el subtexto afectivo.

Una prueba de ello son los amigos objetivos de Facebook. En esta plataforma las amistades se muestran como objetivamente claras, dejando la subjetividad en un espectro que va de la aceptación o negación a la solicitud de amistad. La amistad, siguiendo los protocolos de Facebook, ofrece un tipo de “lo personal” que sigue ciertos códigos de conducta online. Las solicitudes, que se envían a un usuario que es objetivamente nuestro amigo (o a todos nuestros objetivos amigos, o lo que consideramos objetivamente “mejores” amigos), nos convierte en un sujeto-como-producto que se resuelve en forma de *anuncio*. La formalización objetiva de las relaciones por todo el código ofrecido por Facebook conlleva la personalización de las relaciones amistosas eliminando todo resquicio de fallos que puede haber en las relaciones instantáneas, en el común cara a cara¹⁷⁵. La compatibilidad entre las personas

sexo, sin duda, es invasivo, pero no ha conseguido apagar la necesidad de ser sujeto, de que nos deseen como a personas insustituibles» (Lipovetsky, 2016: 291).

¹⁷⁴ Con el *infotainment* Porta se refiere a los media que publicitan distintos tipos de productos mediante una simbiosis entre la información detallada del objeto de consumo y la experiencia del usuario (que puede ser la explotación de cualquier afecto).

¹⁷⁵ En consonancia con lo que menciona Porta, Zygmunt Bauman señala que «las conexiones se ocupan sólo del asunto que las genera y dejan a los involucrados a salvo de desbordes y protegiéndolos de todo

pasa a ser algo constatable objetivamente por las amistades compartidas y las distintas aficiones y gustos de esa persona. «Así el trato personal deja de ser una expresión de la subjetividad y pasa a convertirse en una decisión objetivable y objetivada, en la confirmación de una lógica matemática e implacable. En esa lógica el sujeto ha dejado de ser una cosilla etérea y dubitativa para adquirir la solidez de un producto que circula y es intercambiado en el mercado de los afectos» (Porta, 2012: 236-237). Es por esta razón por la cual el individuo se convierte en sujeto-como-producto que se resuelve como *anuncio*: un mundo sin subtextos es precisamente esto.

Páginas más adelante Porta aclara que esta lógica mercantilista que se halla en las tendencias del neoliberalismo «no consiste en extender el mundo impersonal a costa del natural, sino en generar nuevas formas de «naturaleza de segundo grado» al desarrollar novísimos productos¹⁷⁶» (Porta, 2012: 248), y cabría añadir excepcionales, por la simple razón por la cual todo producto se postula como el mejor de su categoría. En el usual tono burlón de Porta se pregunta tras constatar las contraportadas de los libros «¿Dónde se ha metido el mercado? ¿Dónde están los libros malos?» (Porta, 2012: 248), al ver que no hay ninguna opinión negativa y cualquier crítica será ocultada bajo una enorme movilización mediática.

La competitividad de la lógica del capitalismo en plena época de la economía emocional se muestra aberrantemente atroz al insuflar al Yo con tropos de excepcionalidad en la cual el ya mencionado *criterio* halla refugio de sus antagonistas contra los que compete incesantemente por dicha exclusividad¹⁷⁷. Valga la paradoja de

compromiso más allá del momento y tema del mensaje enviado o leído. Las conexiones demandan menos tiempo y esfuerzo para ser realizadas y menos tiempo y esfuerzo para ser cortadas. *La distancia no es obstáculo para conectarse, pero conectarse no es obstáculo para mantenerse a distancia [...]* “estar conectado” es más económico que “estar relacionado”, pero también bastante menos provechoso en la construcción de vínculos y su conservación» (Bauman, 2015: 88).

¹⁷⁶ El hecho de que se generen nuevas formas de consumo, distintos productos y demás métodos para que el fluir del capital no se detenga, siguiendo la tónica de Lipovetsky, se nos muestra una *economía obesa* que deja la fuerza del estado impotente ante semejante voluminosidad. ¿Por qué obesa? «Todo funciona con rapidez, con fluidez, con inestabilidad, pero es la ley de hierro del mercado lo que dirige el devenir colectivo. A la sombra de la ligereza industrializada y de los flujos desmaterializados, aumenta el peso de la economía y de la finanza que genera la impotencia de lo político en las democracias» (Lipovetsky, 2016: 45).

¹⁷⁷ En consonancia con esto Heath y Potter señalan con Jeff Rice, filósofo de la cultura, que la competitividad en el consumismo pivota alrededor de la «defensa universal de la individualidad» que se caracteriza por la defensa de «ser lo que *no* son los demás» (Heath & Potter, 2005: 221) en lugar de «ser

ser el “más humanitario” al consumir productos como el famoso café de Starbucks comentado por Žižek que señala como éste al destinar el 5% de su precio a plantaciones de café en Colombia hace del producto un *consumo responsable* gratificando al comprador.

Por último, y para cerrar el comentario sobre este libro, en referencia a la competitividad Porta, hablando desde Pierre Bourdieu y su comentario sobre el *Homo Ludens*, analiza cual es el fundamento simbólico que sustenta la competitividad. Sobre ello dirá citándolo que

Huizinga afirma que, mediante una falsa etimología, se puede hacer como si *illusio*, palabra latina que proviene de la raíz *ludus* (juego), significara estar en el juego, estar metido en él, tomarse el juego en serio. La *illusio* es el hecho de estar metido en el juego, cogido por el juego, de creer que el juego vale la pena (Porta, 2012: 258).

Con esta manipulación del significado de la palabra *illusio*, raíz de *ludus*, se abre la posibilidad a una actitud frente al juego con una gran obsesión, una hiperbólica ficción que hace que el mismo juego se pierda. El juego y la ilusión yuxtapuestos a razón de la competitividad parecieran ser una ensoñación de la cual simplemente habría que despertar, des-ilusionarnos del juego. Una figura literaria (y mediática) que suele tener este papel es la del deportista que en el momento álgido de su carrera decide retirarse para hacer *cualquier otra cosa*. En ese momento en el que rechaza mantener la *illusio* apunta todas las deficiencias ideológicas que contiene el juego. El jugador deviene una figura *mitocrítica*, es decir, critica su lugar mítico desde dentro (Porta, 2012: 258). Porta señalará que esta épica en la que se encuentra el jugador hacia un infinito para ser “el mejor de todos los tiempos”, se cancela en el mismo momento en el que este infinito es considerado como un *error*, un *error en el sistema* de juego (Porta, 2012: 260). Usualmente suele utilizarse un *cambio epistemológico* al señalar estas deficiencias del sistema. El cambio se hace desde una

quien es, digan lo que digan los demás» (Heath & Potter, 2005: 221). La competitividad, y por ende la defensa universal de la individualidad, se da, según Thorstein Veblen, en cualquier sistema económico que contenga un sistema de propiedad, es decir, la competitividad es inherente a todo sistema económico que haga distinciones de propiedad, ello resulta de hecho en una de sus afirmaciones que señala que «cuando una sociedad supera el nivel de subsistencia básico, se aspirará a obtener una mayor riqueza sólo por la “distinción odiosa” que la acompaña» (Heath & Potter, 2005: 225).

aproximación técnica y profesional a una contemplación estética, y con ello señalando el camino hacia un perfeccionamiento moral.

De algún modo esto viene a señalar el mismo Porta a lo largo de todo este libro: marginar la mirada técnica y profesional del amor, la amistad y la sexualidad, y dirigirla hacia su contemplación estética dejando aflorar justamente aquellos discursos que se distinguen del propio sistema de la economía emocional, eso sí, sin caer en la tentación intelectualista melancólica encubierta de la Falacia de Jano. Y con esto, al detectar los distintos dispositivos instrumentalistas provenientes de la ideología neoliberal y economicista, tomar un posicionamiento, lo cual implica dejar de ser un *productio* para convertirse en un *productor*.

4. CONCLUSIÓN

Estas últimas cuatro paradas por los distintos ámbitos de la crítica cultural, y las aproximaciones psicoanalíticas sobre el objeto *a* de la primera sección dan de sí para responder la pregunta que me formulé al inicio del trabajo. *Dan de sí* en el sentido de que se podría hilvanar una respuesta, pero como toda respuesta es parcial cualquier somera pregunta que atente concluirse lo único que puede argumentar sobre todo lo dicho es que no cabría una respuesta, sino un pregunta. Una pregunta, o mejor dicho, una batería de preguntas que permitan habilitar un espacio de cuestionamiento ante aquello que pasa desapercibido o se toma por natural, cosa que con Eloy Fernández Porta al analizar los Afectos® deja claro al señalar como la producción de subjetividades disloca el verdadero acontecer singular de la intimidad al hacerlo público o personalista. El objeto *a*, en tal caso, sería el mismo objeto de la pregunta, ya que lo que se pone en cuestión es el mismo deseo. Una petición de reconocimiento de éste en pos de la fundación de una ética en la cual el sujeto se hace responsable de sí mismo no en tanto conoce las premisas éticas por las cuales se regula la vida, sino precisamente las pulsiones perversas que constituyen su existir espontáneo, su devenir inconsciente, el Otro, su mirada...

No es pues tanto una pregunta sobre *qué* responder sino *qué* preguntar, dónde hacerlo, y según se ha podido ver, la crítica, el cuestionamiento, se dirige a los modos en los que el capitalismo ha ejercido un control aún más directo sobre la población, adoptando una posición más difusa que la que anteriormente era. Las relaciones entre amo y esclavo se distinguían por los límites que los diferenciaban. En la cotidianeidad ese límite se ha introducido en la misma subjetividad. Ya no hay opuestos fuera sino que se han interiorizado. La dinámica de amo y esclavo se ha introyectado siendo el individuo su propio explotador. Las imágenes de perfeccionamiento, el ensueño de la autonomía del sujeto, la singularidad fabricada en el campo de la distinción social, la codificación de las relaciones sociales mediante protocolos de comunicabilidad en red, la cultura del personalismo (o doctrina como señala Porta), el secuestro de un pasado (y porvenir) que nunca existió pero es constantemente recordado (fácilmente recordado y sintomatizado) y performado, etc... El deseo es constantemente secuestrado por las promesas que ocultan todos los objetos de consumo, las

subjetividades que actúan como orígenes cardinales del mundo consumista introducen al sujeto en una dinámica hedonista y narcisista constantemente vigilada, no sólo por sí mismo, sino por los dispositivos dispuestos por él, siguiendo la denominación de Negri, Imperio.

¿Qué preguntar? La pregunta que se presenta más sencilla es aquella referida a los afectos, a la distinción entre aquello que proviene de una singularidad particular e intransferible ubicada en el campo de la intimidad y la singularidad manufacturada por los entramados de la cultura que sanciona la expresión espontánea y acontecimental del sujeto en pos de una identificación social. ¿Dónde hallar la diferencia? Como se puede ver en el análisis de Porta, la distinción se hace patente cuando se hallan en el discurrir de las palabras dispositivos que ubican al sujeto en una dinámica capitalista, es decir, se asume como consumidor y productor, en lugar de sujeto hablado por el Otro. Es ver qué se sacia de uno en los objetos de consumo, qué se obtiene con determinado tipo de conducta social y para sí, qué es lo que, a nivel significativo, no cesa de repetirse en distintos significados, en lugar de anclarse en una imagen impropia que únicamente le implica en tanto el sujeto posee un Yo y puede suscribirse a su infinita búsqueda a través de su propia explotación. La alienación del sujeto se da en la carrera de las imágenes y palabras que le han servido para aliviar la incongruencia primordial por la cual todo ser se haya destinado, la muerte, siendo al mismo tiempo el motor angustiante, la enfermedad mortal, que le impulsa a desear vivir y no a vivir deseando. *Desear vivir*, en lugar de *vivir deseando*, es la misma dislocación que se hace al concebir que la vida solo es en función de la muerte y viceversa, cuando a fin de cuentas de lo único que se puede hablar es del deseo, ni de la vida ni de la muerte. No se sabe si hay más allá ni más acá porque nadie ha dicho nada más allá de la experiencia propia e las ilusiones que han servido para depositar singulares afectos insoportables. Lo mismo sucede con la vida, nadie ha dicho nada que no sea más que su expresión propia. Es por ello por lo cual la economía emocional de la que habla Porta habla en nombre de todos, presentándose como la mayor mentirosa, la mayor ficción de todos los tiempos. No es extraño ver cómo ha sido llamada esta economía bajo los seudónimos de seducción o persuasión (Lipovetsky), espectáculo o simulacro o narcisismo dirigido (Baudrillard), Jovencita (Tiqqun), sensoclastia (Porta), etc...

Lo que cabría cuestionar es lo que está *en medio*, lo que se halla en la transición de una singularidad a otra, y el medio más común por el cual transitan son los medios de comunicación. El valor doctrinal de los objetos de consumo no es ya la prevalencia para el neoliberalismo, son las subjetividades el objetivo primordial, lo que vende son estilos-de-vida que han sido introyectados como formas-de-vida, cosa muy distinta. La *distorsión producida* por los medios de comunicación conlleva una indistinción de las limitaciones que suponen graves problemas psíquicos y corporales. La imagen del Yo, al no atender a la materialidad, a los límites de su inconsciente, de su Otro, resulta en temores relacionados con impotencia, incapacidad de negación e imposición de límites, acumulación de fracasos por una perfección insoportable de origen desconocido pero perfectamente ficcionado, etc... Los objetos ponen en duda las capacidades de los sujetos a través de anuncios publicitarios que atentan contra la voluntad de los individuos, incitándoles a vivir experiencias exóticas, salvajes, a rebelarse, expresar sus sentimientos sin fin y sin un carácter terapéutico sino exhibicionista y confesionario (que no hace más que fagocitar una conducta narcisista a través de figuras como el martirio, la impotencia, la insatisfacción, el vacío, el extrañamiento de sí, la culpa, etc...), una incesante preocupación por el bienestar *por derecho* propio, etc... Es por esta razón que considero que el estudio del objeto *a* como causa del deseo requiere suma atención, ya que siendo francos, el deseo siempre va a estar incluso en su forma negativa (suicidio, deseo de soledad, marginación y aislamiento, autoflagelación verbal y física, etc...) pero lo que puede ser reconocido y con ello descubierto es el continente oscuro de las pasiones inconscientes, del deseo del Otro, del objeto *a*, lo cual implica un arduo trabajo personal y con ello el reconocimiento de la singularidad que se habita más que la singularidad® de las subjetividades ofertadas por el capital.

Señalé que lo que *cabría cuestionar es lo que está en medio*, ello es precisamente lo que Timotheus Vermeulen y Robin van den Akker proponen con el *metamodernismo* cuya primera aparición fue en un escrito compuesto por ambos titulado *Notes on Metamodernism*. ¿Cómo se vincula lo dicho en la primera sección y en la segunda con el metamodernismo? Por cierto, ¿qué es el metamodernismo? Yendo por partes, delimitaré este concepto de metamodernismo, el cual con la misma descripción ya se puede intuir las referencias a ambas secciones.

El metamodernismo emerge en una situación convulsa tras los resquicios modernos del posmodernismo. El prefijo “meta” se refiere a lo que está *con*, *entre* y *más allá*¹⁷⁸. Con esta definición sitúan al metamodernismo *con* el postmodernismo y el modernismo, ontológicamente *entre* el postmodernismo y el modernismo, e históricamente *más allá* de ambos (Vermeulen & Akker, 2010: 2). Es decir, el metamodernismo se halla en relación con ambas corrientes pero al mismo tiempo separada de ellas. El posmodernismo según los autores y siguiendo a Lipovetsky señalan que el posmodernismo ha dejado un panorama carente de sentido, una *hipermodernidad* en la cual se evocan el hedonismo y al mismo tiempo angustia existencial (Vermeulen & Akker, 2010: 3). Pero estos se demarcan de las críticas hechas al posmodernismo que lo único que hacen es radicalizarlo en lugar de reestructurarlo. La crítica posmoderna a la modernidad se centra, siguiendo el hilo de los autores, en la firme oposición al pensamiento utópico, al progreso lineal de la historia, a las grandes narrativas, a la Razón, al funcionalismo y al purismo formal, etc... (Vermeulen & Akker, 2010: 4). Con este movimiento el posmodernismo deja un vacío de creación destructiva en el cual, desilusionado por el futuro y desamparado por la caída las grandes narrativas, el ánimo impotente imposibilita cualquier posible hilvanación, precisamente por desvelar las contradicciones de toda imposición moderna, de toda interpretación. Como sugieren Vermeulen y Akker el modernismo se caracteriza por un idealismo e ideales fanáticos e ingenuos, mientras que el posmodernismo se presenta como apático y escéptico (Vermeulen & Akker, 2010: 5). Ante este panorama el metamodernismo asume su lugar como discurso que contempla por un lado la desilusión del posmodernismo y al mismo tiempo el vigoroso talante de la modernidad. El metamodernismo actúa *como sí*, lo cual implica actuar con la inocencia de la modernidad y el escepticismo del posmodernismo, un distanciamiento comprometido con un imposible posible (Vermeulen & Akker, 2010: 5). Los autores vinculan tanto el posmodernismo como la modernidad con el *idealismo positivo* de Hegel, mientras que el metamodernismo apunta a lo que Kant llamaba *idealismo negativo*. Si Hegel señalaba que la historia progresaba dialécticamente hacia el cumplimiento de un Téos

¹⁷⁸ Con *más allá* se refieren a aquello que está fuera de la ley, que la supera y su acceso es imposible. El ámbito de lo inaccesible es aquella que está, por hacer una comparación, en la ilusión de la justa medida aristotélica que no es un estado sino la regulación entre dos pasiones, una máxima.

predeterminado, con la aparición en escena del posmodernismo lo único que queda de progreso es precisamente actuar *como si* hubiese un Téos, aun sabiendo que no lo hay (Vermeulen & Akker, 2010: 5). El progreso se dirige pues hacia una imagen difusa y derruida, un porvenir incierto, una meta natural pero desconocida al mismo tiempo. El metamodernismo se mueve por el mismo moverse, lo intenta a pesar de sus constante fallos, busca una verdad que, igualmente entusiasmado, sabe que nunca hallará (Vermeulen & Akker, 2010: 5). Entre la esperanza y la melancolía, ilusión e ironía, unidad y pluralidad, pureza y ambigüedad... el metamodernismo es ambas corrientes y ninguna a la vez.

El metamodernismo como vengo apuntando de la mano de los autores, se eleva y al mismo tiempo se independiza de ambas corrientes, mostrando una ironía sincera, una alienación majestuosa. Esto recuerda a lo dicho en las dos secciones que componen el trabajo precisamente porque desde el psicoanálisis vemos que las formaciones del objeto *a* al igual que las del inconsciente (*dich-mensión* y *hacer-mensión* como apuntaba Nasio) no atienden a una realidad externa sino a la satisfacción pulsional tras la inscripción significante en el devenir del flujo inconsciente. El goce, recordemos que no se refiere al placer que en psicoanálisis es una cosa distinta, con toda su potencialidad acontecimental en el síntoma, en las resistencias del cuerpo, en los lapsus, etc., es una realidad que se impone desde la propia estructura afectiva singular de la pulsión inconsciente. Con este saber el Yo y sus relaciones no son más que estructuras simbólicas por las que deambulan las tendencias perversas de una sexualidad que no cesa de demandar satisfacción, que se origina en cada inscripción del objeto *a* y su agujero aspirante de deseo en cada “objeto”. Estos “objetos” pues pierden su narrativa de promesa al reconocer la singularidad del objeto *a* que al constatar su presencia mediante la atestiguación de su repetición desiderativa, el sujeto se hace responsable de sus “propias” tendencias inconscientes. De este modo, y conjuntamente con la crítica cultural realizada por Eloy Fernández Porta, tenemos delante que la grandiosa producción de subjetividades del senil capitalismo no es más que un conjunto de herramientas, papeles, roles relacionales, estilos (estilemas), que sostienen el deseo en el campo del consumismo hedonista y narcisista como diría Lipovetsky. Como señalaba Porta, la economía emocional extrae al sujeto de su intimidad para lanzarlo al campo de lo público a través de la fagocitación del exhibicionismo y la defensa de una

sociedad transparente mediante dispositivos de repetición que hacen que el complejo devenir acontecimental del inconsciente quede desplazada, dislocada, dirigida, hacia un saber impropio y común. Los afectos pues, quedan sepultados por distintas subjetividades®, distintos afectos®, de una comunidad diseñada para administrar el desconocimiento innato del deseo humano.

El metamodernismo por su parte se presenta como aquella corriente que habilita a los sujetos la creación de espacios comunes en los cuales las estructuras de afectos contrarresten el sensualismo de los medios de comunicación y la producción cultural imperante. Como bien comparan los autores del texto *Notes of metamodernism*, los artistas metamodernistas se caracterizan por:

Where Demand reproduces the most concrete simulacra, Dean creates affective illusions that can never materialize. Where Koons obsesses over the obscene, Courbot is concerned with the increasingly obsolete. And whereas Sherman criticizes subjectivity, Hatoum celebrates the felt heterogeneity of identity. If postmodern deconstructs, Heiser's Romantic Conceptualism is concerned with reconstruction¹⁷⁹ (Vermeulen & Akker, 2010: 7).

Con ello los artistas, como señalan Vermeulen y Akker de la mano de Nicholas Bourriaud, utilizan distintas estrategias para expresar una pluralidad de afectos estructurales que desmantelan las realidades de lo familiar y lo no familiar, lo ordinario y misterioso, la naturaleza y la cultura, etc. como un lugar de negociación falluta (Vermeulen & Akker, 2010: 7). Con ello se expresa lo mismo que dije en el párrafo más arriba sobre la realidad psíquica desiderativa y su pretendida manutención por la economía emocional y la fabricación de subjetividades. Con esta expresión artística, social y política se intenta transmitir ese constante fracaso, esa imposibilidad de unificación que tiene tanto uno como otro, y lo mismo sucede con los movimientos de la modernidad y la posmodernidad, su irreconciliable existencia. El metamodernismo, como ya señalé desde la mano de Tiqqun en *Esto no es un programa*, pretende señalar los puntos que *de hecho* se dan como insuficiencias estructurales entre ambos paradigmas.

¹⁷⁹ Trad.: «Cuando Demand reproduce el simulacro más concreto, Dean crea ilusiones afectivas que nunca podrán materializarse. Cuando Koons se obsesiona con lo obsceno, Courbot concierne sobre el aumento de lo obsoleto. Y mientras que Sherman critica la subjetividad, Hatoum celebra la sentida heterogeneidad de la identidad. Si el posmodernismo deconstruye, el Conceptualismo Romántico de Heiser se centra en la reconstrucción».

El posicionamiento que adopta el metamodernismo también puede considerarse como un romanticismo extrañado de sí mismo, ya que, si se considera el romanticismo en este se unifican en una potencia arrolladora la unidad y la multiplicidad, belleza y fealdad, lo ordinario con lo misterioso, etc., una extraña familiaridad que absorbe a los enamorados en un ciclón cuya fuerza se halla en el movimiento centrífugo y su manutención por muy destructivo o constructivo que sea. Esta potencialidad es la que adopta el metamodernismo pero con una diferencia, y es por ello que participa del *neoromanticismo*: mientras el romanticismo se muestra inocente, el neoromanticismo reconoce su deseo aspirante en el otro y explora los diferentes tropos del misticismo, el extrañamiento, y la alienación a sabiendas de su insostenibilidad y finitud. En ese pasaje neorromántico el acontecer no cae preso de los protocolos del romanticismo sino que por el contrario queda liberado de ellos demandando el reconocimiento de sí como *otro, extraño, singularidad, etc...* ¿Cómo se lleva esto a la práctica? Según Vermeulen y Akker el movimiento oscilatorio entre el modernismo y el posmodernismo se da por, justamente, la afirmación al mismo tiempo de ambas tendencias. Por un lado, la asunción de la creencia ferviente en el proyecto romántico y por otro su implacable finitud temporal, lo cual podría ser representativo estéticamente como un cassette que contiene grabaciones compuestas por una pareja de una relación ya acabada, o un diario conjunto ajado por el paso del tiempo escrito por dos amantes, etc., todo expuesto en una galería de arte para que la inaccesibilidad a lo que allí se cuenta queda restringido a las personas que lo compusieron (Vermeulen & Akker, 2010: 9-10). De hecho, en la sección segunda cuando comentaba el ensayo de Eloy Fernández Porta *Homo Sampler*, menciona una película de Lars Von Trier que justamente explora toda esta dimensión propuesta por el metamodernismo, *Breaking the waves*. Y si se tira del hilo también pueden verse las tendencias que señala José Luis Pardo al comentar las vanguardias artísticas como el dadaísmo, el situacionismo o el surrealismo, cuyo ataque directo está dirigido al mismo sentido de la obra de arte, tanto institucional como cotidiano, tanto Arte como arte, cumple su función subversiva al debilitar las líneas de cualquier diálogo posible entre el espectador, la obra y el autor.

Con todo, los autores del texto señalan que la obra de arte metamoderna redirige el arte moderno, su expresión, hacia aquello que le es imposible dibujar en su lenguaje, aquello que no puede significar en sus propios términos. ¿Qué es

lo que no puede expresar? Vermeulen y Akker dirán que es «the sublime, the uncanny, the ethereal, the mysterious, and so forth»¹⁸⁰ (Vermeulen & Akker, 2010: 10). A diferencia del posmodernismo que presenta aquello que pretende mostrar la obra mediante su exposición, el metamodernismo muestra el anhelo, lo místico, lo sublime, etc... Debido a estas consideraciones uno de los nombres que emergen en el name-dropping de artistas cuyas tendencias se asimilan al metamodernismo, es el del cineasta norteamericano David Lynch, cuya producción cinematográfica (y discográfica) explora lo extraño, hondando en el animismo local de pueblos norteamericanos, casas encantadas con tramas familiares perversas, y personajes surrealistas (Vermeulen & Akker, 2010: 10).

Este punto concretamente recuerda a lo ya dicho anteriormente en la sección segunda sobre la aparición del Horror de lo Real en la cultura pop. Precisamente Vermeulen y Akker señalan este *cambio de estilo* hacia una vaguedad de sentido, un acontecer horrendo y extraño, la aparición espectral de algo que no debiera estar ahí pero emerge, el alzamiento del telón de lo prohibido, etcétera. En sus palabras

Each apparition signifies a narratively inexplicable (but, and that is the point, incredibly fertile) change in tempo, tune, and tone; alternating from comic to tragic, from romantic to horrific and back; turning the commonplace into a site of ambiguity, of mystery, and unfamiliarity, to us as much as to its characters¹⁸¹ (Vermeulen & Akker, 2010: 10).

Y no solo hablan de expresión artística a través de obras de arte fílmicas, escultóricas, fotográficas o pictóricas sino que agregan un análisis de distintas arquitecturas metamodernas. Para no entrar en los exámenes que hacen de distintas obras iré directamente a la característica general que suelen tener este tipo de emplazamientos. Según los autores, «these buildings attempt to negotiate between such opposite poles as culture and nature, the finite and the infinite, the commonplace and the

¹⁸⁰ Trad.: «lo sublime, lo extraño, lo etéreo, lo misterioso, etcétera».

¹⁸¹ Trad.: «Cada aparición significa lo narrativamente inexplicable (pero, y ahí está el punto, increíblemente fértil) cambio de tempo, afinación, y tono; alternando lo cómico en trágico, lo romántico en horror y viceversa; haciendo que lo cotidiano devenga ambiguo, misterioso, y no familiar, tanto como para nosotros como para los personajes»

ethereal, a formal structure, and a formalist unstructuring (as opposed to deconstruction) »¹⁸² (Vermeulen & Akker, 2010: 11).

Según voy perfilando la idea de metamodernismo, el neoromanticismo que se desprende de él no es una *re-apropiación* de la singularidad de lo íntimo, sino más bien, una *re-significación*, devolviéndole a lo común su aspecto de misterio, a lo familiar sus rarezas, y a lo finito sus infinitos (Vermeulen & Akker, 2010: 12). Citando al escrito Novalis dirán que el metamodernismo debe tomarse como la apertura de nuevos mundos a raíz de los ya viejos (Vermeulen & Akker, 2010: 12). Esto recuerda a la premisa que defendió Porta al señalar que todos los objetos del pasado, todo lo que ha devenido *trash*, contenía en su interior la potencialidad subversiva que no llegó a expresarse por el embrutecimiento que ejerció sobre él el capitalismo como objeto de consumo ubicado en la narrativa pop o un estilo *underground*. De este modo, la re-significación habilita dicho *giro* del objeto hacia la narrativa que le es propia.

Por último, al final del texto, los autores señalan las diferencias entre las tres corrientes y su proceder narrativo. Como arguyen el modernismo se caracteriza por una sintaxis utopista, el posmodernismo por una parataxis distópica, y por último, el metamodernismo como una metaxis a-tópica, en representación de lo extraño, extraordinario, y paradójico ya que es un lugar que no es ninguno. Cosa que suele suceder en psicoanálisis al analizante al ubicarse como *sabiendo que no sabe nada* al respecto de su síntoma. ¿Pero, a qué se refieren con *metaxis*? Como sugieren “meta-” es aquello que se representa como siendo simultáneamente *aquí, allí y en ninguna parte* (Vermeulen & Akker, 2010: 12), y “-taxis” como ordenación (Vermeulen & Akker, 2010: 12). Si la modernidad implica la ordenación temporal, el posmodernismo el desorden espacial, el metamodernismo contempla que el espacio tiempo es ambos: una ordenación temporal y al mismo tiempo un desorden espacial. Para aclarar lo recién comentado ambos señalan que el

Metamodernism displaces the parameters of the present with those of a future precense that is futureless; and it displaces the boundaries of our place with those of a

¹⁸² Trad.: «Éstas construcciones pretenden negociar entre polos opuestos como cultura y naturaleza, lo finito y lo infinito, lo común y lo etéreo, una estructura formal, y una formal desestructuración (como opuesto a la deconstrucción)».

surreal place that is placeless. For indeed, that is the “destiny” of the metamodern wo/man: to pursue a horizon that is forever receding¹⁸³ (Vermeulen & Akker, 2010: 12).

Tras esta exposición del metamodernismo, como se ha podido observar a lo largo del trabajo, ya sea desde el psicoanálisis o de la crítica cultural llevada a cabo en sus correspondientes secciones apuntan a un mismo tipo de proyecto crítico. Sea su nombre metamodernismo o afterpop o psicoanálisis crítico de la mano de Slavoj Žižek, el objeto de estudio han sido los afectos, el deseo, las resistencias de la singularidad, y coartación de la economía emocional promulgada por la ideología neoliberal. La cuestión de fondo busca habilitar un espacio para la organización de una expresividad que caiga fuera del ámbito de lo relacional pero a la vez que pueda ser incluido de forma negativa, como la aparición del Horror de lo Real, lo extraño, la rareza, lo inesperado, lo perverso, etc... Este tipo de búsqueda tiene similitudes con la mencionada estética de lo siniestro, pero cabe una diferencia sustancial entre una y otra: la contemplación estética de lo siniestro busca la elevación del extrañamiento de sí por encima de cualquier otro afecto, mientras que la rareza de la que hablo es la *búsqueda de un horizonte que siempre retrocede*, el encuentro de sí mismo allí donde la voz fue dislocada de su acontecer, discerniendo entre un mar de dispositivos la singularidad de la expresión auténtica, la manifestación del Otro y no del Otro®. Ya el mismo Michel de Montaigne decía en sus *Ensayos*, justamente en “De la inconstancia de nuestras acciones” que

no es de ningún modo cuerdo ni sensato el juzgarnos solamente por nuestras acciones exteriores, es preciso introducir la sonda hasta lo más recóndito de nuestra alma y ver cuáles son los resortes que la ponen en movimiento. Empresa ardua, elevada y sujeta a mil conjeturas, en la que yo quisiera ver ocupados a muy poco, por las muchas dificultades que encierra (Montaigne, 2016: 96).

¹⁸³ Trad.: «El metamodernismo desubica los parámetros del presente con un futuro cuyo porvenir no existe; y desubica las fronteras de nuestro lugar con aquello proveniente del surrealismo como sin lugar. Para que en efecto, sea éste el “destino” del hombre y mujer metamoderno: la búsqueda de un horizonte que siempre retrocede».

BIBLIOGRAFÍA

- Bauman, Zygmunt (2015) *Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos* (trad. Mirta Rosenberg y Jaime Arrambide) Madrid: Ed. Fondo de Cultura Económica.
- Braunstein, Néstor A. (1999) *La re-flexión de los conceptos de Freud en la obra de Lacan*. México: Ed. Siglo XXI
- De Mijola, Alain (2002) *Dictionnaire international de la Psychanalyse*. París: Ed. Calmann-Lévy.
- Evans, Dylan (2000) *Diccionario introductorio de Psicoanálisis Lacaniano* (trad. Jorge Piatigorski) Buenos Aires: Ed. Paidós.
- Fernández, Eloy (2008) *Homo Sampler: Tiempo y consumo en la Era Afterpop*. Barcelona: Ed. Anagrama.
- Fernández, Eloy (2010a) *€®O\$: La superproducción de los afectos*. Barcelona: Ed. Anagrama.
- Fernández, Eloy (2010b) *Afterpop: La literatura de la implosión mediática*. Barcelona: Ed. Anagrama.
- Fernández, Eloy (2012) *Emociónese así: Anatomía de la alegría (con publicidad encubierta)*. Barcelona: Ed. Anagrama.
- Freud, Sigmund (2007) *Obras completas: Tomo 5 (1909-1913)* (trad. Luis López Ballesteros y de Torres) Madrid: Ed. Biblioteca Nueva.
- Gómez Sánchez, Carlos (2002) *Freud y su obra: génesis y constitución de la teoría psicoanalítica*. Madrid: Ed. Biblioteca Nueva.
- Han, Byung-Chul (2014) *La agonía del Eros* (trad. Raúl Gabás) Barcelona: Ed. Herder.
- Heath, Joseph & Potter, Andrew (2005) *Rebelarse vende: el negocio de la contracultura* (trad. Gabriela Bustelo) Madrid: Ed. Taurus.
- Kierkegaard, Sören (2016) *El concepto de la angustia*. (trad. Demetrio G. Rivero) Madrid: Ed. Alianza.
- Lacan, Jaques (1991) *Escritos 2* (trad. Tomás Segovia) México: Ed. Siglo XXI.
- Lacan, Jaques (1998) *Escritos 1* (trad. Tomás Segovia) México: Ed. Siglo XXI.
- Laplanche, Jean & Pontalis, Jean-Baptiste (1979) *Diccionario de psicoanálisis*. (trad. Daniel Lagache) Barcelona: Ed. Labor.
- Martínez, José Fernández (2014) *Próspero en el laberinto: Las dos caras del Barroco*. Madrid: Ed. Dykinson.

Marx, Karl (1972) *Manuscritos: economía y filosofía* (trad. Francisco Rubio Llorente) Madrid: Ed. Alianza.

Milmaniene, José E. (2005) *El tiempo del sujeto*. Buenos Aires: Ed. Biblos.

Montaigne, Michel (2016) *Ensayos/ Diario del viaje a Italia/ Correspondencia/ Efemérides y sentencia* (trad. Constantino Román y Salamero, Carlos Thiebaut, José Miguel Marinas y Gonzalo Torné) Barcelona: Ed. Penguin.

Nasio, Juan David (1998) *Cinco Lecciones sobre la Teoría de Jacques Lacan*. Barcelona: Ed. Gedisa.

Nasio, Juan David (2006a) *Los ojos de Laura*. Buenos Aires: Ed. Amorrortu.

Nasio, Juan David (2006b) *Los gritos del cuerpo*. Buenos Aires: Ed. Paidós.

Nietzsche, Friedrich (2011) *Así habló Zaratustra*. (ejemplar de la serie “Los grandes pensadores” de *Filosofía Hoy*) Ed. Globus.

Pardo, José Luis (2016) *Estudios del malestar: Políticas de la autenticidad en las sociedades contemporáneas*. Barcelona: Ed. Anagrama.

Roudinesco, Élisabeth & Plon, Michel (1998) *Diccionario de psicoanálisis* (trad. Jorge Piatigorsky) Buenos Aires: Ed. Paidós.

Safouan, Moustapha (2008a) *Lacaniana: Los seminarios de Jaques Lacan 1953-1963* (trad. Nora González) Buenos Aires: Ed. Paidós.

Safouan, Moustapha (2008b) *Lacaniana: Los seminarios de Jaques Lacan 1964-1979* (trad. Eva Tabakian) Buenos Aires: Ed. Paidós.

Sartre, Jean-Paul (2013) *El ser y la Nada: ensayo de ontología y fenomenología* (trad. Juan Valmar) Buenos Aires: Ed. Losada.

Tiqqun (2014) *Esto no es un programa* (trad. Javier Palacio Tauste) Madrid: Ed. Errata Naturae.

Tiqqun (2012) *Primeros materiales para una Teoría de la Jovencita/ «Hombres-máquina: modo de empleo»* (trad. Diego L. Sanromán y Carmen Rivera Parra) Madrid: Ed. Acuarela y Ed. A. Machado.

V.V.A.A. [Carbajal, Eduardo & D'Angelo, Rinty & Marchilli, Alberto] (2014) *Una introducción a Lacan*. Buenos Aires: Ed. Lugar.

Vermeulen, Timotheus & Akker, Robin (2010) “Notes on metamodernism”. *Journal of Aesthetics & Culture*. Vol. 2.

Žižek, Slavoj (2010) *En defensa de la intolerancia* (trad. Javier Eraso Ceballos y Antonio Antón Fernández) Ed. Sol90

Žižek, Slavoj (2011) *El acoso de las fantasías*. (trad. Francisco López Martín) Madrid: Ed. Akal.

Žižek, Slavoj (2014) *Acontecimiento* (trad. Raquel Vicedo) Madrid: Ed. Sexto Piso.