El consumo como emoción

Rasgos afectivos de la sociedad del consumo

Adriana Gil Juárez

P05/80042/00919

UOC
www.uoc.edu

Índice

Introducción 5

Objetivos 6

1. Emociones como dispositivo de control social 7
1.1. ¿Qué es una emoción? 8
1.2. Discursos contemporáneos sobre las emociones 11
1.3. Las emociones como dispositivo de control social 13

2. El consumo es una emoción 15
2.1. La emoción verdadera es la que se sabe vender 16
2.2. La ley del deseo 17
2.3. La pasión *démodé* 18
2.4. Emocionarse es cosa de mujeres, pero serán compensadas 19
2.5. La ciencia es un discurso que consumimos para controlar nuestras emociones 21
2.6. El consumo garantiza la individualidad 22

3. El consumo es un dispositivo de control social 24
3.1. El consumo de objetos 24
3.2. El consumo de uno mismo 25
3.3. El consumo de los otros 32

Resumen 35

Propuestas de reflexión 37

Glosario 37

Bibliografía 38

Introducción

Las emociones constituyen un dispositivo de control social y, por lo tanto, son un proceso de reproducción de la sociedad tal y como es conveniente hoy en día. La emoción es también poder: hace y deshace personas y calla su receta difundiendo que es una receta secreta y antigua porque la hizo la naturaleza y que para aprovechar sus bondades debe yacer en nobles recipientes denominados *individuos*, dado que en nuestra sociedad la configuración de las emociones las vincula al cuerpo. Y sin duda, una de las maneras que ha resultado más eficaz para mantener y reproducir cuerpos con emociones individuales es el consumo.

El consumo requiere emoción, requiere ser un acto de placer en sí mismo para que la economía no sea tan *aburrida* y no tenga que recurrir a los brutales métodos de la industrialización. Establecer las relaciones en términos de consumo deja muy claro que si queremos ver alguna relación entre nuestro interior y nuestro exterior hay que pagar por esto. Es la vía más fácil y amena de apropiación del mundo, incluso del propio cuerpo y de las propias emociones. ¡Qué experiencia más individual la de comprar lo que uno quiera! ¡Qué mayor libertad de decisión que escoger de entre toda la oferta del mercado! Sin embargo, sobre todo y más importante, ¡qué continuada y contundente confirmación de que existo como individuo individual! El consumo de emociones y las emociones como consumo dan cuenta del proceso de creación y mantenimiento de nuestra sociedad actual.

En estos dos párrafos tenéis condensados, de una manera rápida y sencilla, todos los contenidos y conceptos que se exponen a lo largo del módulo. Quizá en este momento no podéis ver su alcance, pero seguramente, cuando hayáis estudiado todo el material y lo hayáis relacionado con todo lo que habéis aprendido en el área social y cultural de esta licenciatura, también lo podréis enunciar de una manera simple y breve.

Objetivos

1. Entender que las emociones son prácticas sociales que integran el conjunto de valores que funcionan en una sociedad determinada.

2. Comprender que en cada momento histórico se genera un tipo de subjetividad determinada y unas emociones que la sostienen y que, hoy por hoy, la emoción predominante es el consumo.

3. Ser capaz de identificar el consumo como dispositivo de control social.

1. Emociones como dispositivo de control social

En tanto que asumimos las diferentes emociones que experimentamos como parte natural de nuestra rutina diaria, difícilmente las cuestionamos, problematizamos o pensamos siquiera en las mismas. Gestionarlas es la vida misma de la que cada cual se ocupa, ¿acaso hay un sistema de control más eficaz? Nos sentimos impelidos a perfeccionarlas, conocerlas (con psiquiatras y manuales de autoayuda varios) e invertir lo que sea para poder vivirlas y experimentarlas en plenitud, para lograr una vida que valga la pena de ser vivida. Nos inquieta sentir algo que no podemos catalogar fácilmente como una emoción conocida, porque esto puede ser peligroso, o síntoma de que no estamos siendo auténticos, o de que nos estamos engañando a nosotros mismos, o de que no estamos en consonancia con nuestra naturaleza. Ahora sabemos que se espera que estemos en contacto con nuestras emociones, que las dejemos fluir, pero también tenemos que conocer las emociones de los otros, y charlar de esto constantemente.

"– Creo que la extrañeza de la señora Nash –dijo Frazier mientras salíamos del edificio– es prueba suficiente de que nuestros niños rara vez son celosos o envidiosos. La señora Nash tenía doce años cuando se fundó Walden Dos. Era ya un poquito tarde para deshacer su educación anterior, pero, a pesar de ello, creo que lo hemos logrado. Ella es un buen ejemplar de lo que produce Walden Dos. Quizá podría aún recordar alguna experiencia de envidia, pero es evidente que ya no forma parte de su vida presente.

– Es claro que exagera –dijo Castle– ¡Es imposible que se parezcan tanto a Dios! ¡A ustedes les acosarán a emociones tanto como al resto de los mortales!

– Podemos discutir el asunto de ser como dioses más tarde, si lo desea –replicó Frazier– En cuanto a las emociones, no estamos libres de ellas, ni quisiéramos estarlo. Pero las más ruines y molestas, las emociones que dan pábulo a la infelicidad, son aquí casi tan desconocidas como, por ejemplo, la misma infelicidad. No les necesitamos ya en nuestra lucha por la existencia, y es más fácil para nuestro sistema circulatorio y, ciertamente, resulta más agradable pasarnos sin ellas.

– Si ha descubierto cómo hacerlo, en verdad que es un genio –dijo Castle. Parecía casi anonadado mientras Frazier afirmaba con la cabeza– Todos sabemos que las emociones son inútiles y nocivas para nuestra paz de conciencia y para la presión sanguínea –prosiguió– Pero ¿cómo conseguir cambiar las cosas?

– Nosotros les cambiamos –dijo Frazier mostrando una mansedumbre de modales que interpreté como un signo de confianza.

– Pero las emociones son… ¡divertidas! –dijo Bárbara– La vida sin ellas no valdría la pena de ser vivida.

– Algunas sí dijo Frazier– Las emociones productivas y fortalecedoras de la personalidad: la alegría y el amor. Pero la tristeza y el odio, las excitaciones de alta tensión como la cólera, el temor, la rabia, son desproporcionados con las necesidades de la vida moderna, desgastan y son peligrosas. El señor Castle citó los celos; una pequeña variante de la ira, creo que podríamos llamarlos. Naturalmente los evitamos. Han cumplido ya con su misión en la evolución de la especie humana. Ya no son necesarios. Si permitiéramos que siguieran existiendo, lo único que harían sería minar los cimientos de la vida. En una sociedad cooperativa como ésta no hay celos, por la simple razón de que no hay necesidad de ellos.

– Eso implica que ustedes consiguen todo lo que quieren –dijo Castle– Pero ¿y las posiciones sociales? Anoche citó usted al joven que escoge una chica o una profesión determinadas. Ahí queda un resquicio para los celos ¿no cree usted?

– No hay porqué deducir que conseguimos todo lo que queremos –dijo Frazier– Por supuesto que no. Pero los celos no nos servirían para nada. En un mundo competitivo quizá sí. Pueden proporcionar energías para hacer frente a una situación frustradora. El impulso y la energía desarrollada son una ventaja. En efecto, en un mundo competitivo, las emociones funcionan a las mil maravillas. Consideren el fracaso continuo del hombre condescendiente. Gusta de una vida más serena, pero por lo mismo probablemente menos fructífera. El mundo no está preparado para el simple pacifismo o la humildad cristiana, para citar dos casos concretos. Antes de poder eliminar sin tropiezos las emociones destructivas, debe estarse muy seguro de que ya no hay necesidad de ellas." (Skinner, 1984, p. 118-119)

Claro está que esta función de control social tiene sus ventajas. Las emociones se viven como la posibilidad de trascender la jerarquía y las normas momentáneamente, como un respiro en el control y la regulación, como el fin de semana necesario para reponer fuerza y poder trabajar el resto de la semana de sol a sol. Según qué vidas, ciertamente se necesita reponer muchas energías y por este motivo también se busca sentir y experimentar emociones de la manera más intensa y rápida posible para ser uno mismo. Buscamos consumirlas de manera eficiente. Consumo de emociones fungibles y efímeras que nos agradan tanto. Las emociones que "realmente nos relajan" en este fin de milenio tienen que ver con el abandono del cuerpo, con el dejarse llevar y alejarse de las rutinas y la vida productiva por momentos. Sin embargo, ¿a qué precio? La cantidad de esfuerzo, vigilancia, gestión y control que tenemos que desplegar los individuos, en forma de necesidad de sentir correctamente, es decir, de forma adecuada a lo que se espera de nosotros en una situación dada y también en las inesperadas, es enorme y permanente.

1.1. ¿Qué es una emoción?

Las emociones, los sentimientos, las pasiones, los deseos, las sensaciones, etc. son sociales. No deberíamos tener la necesidad de aclarar que en determinado momento hablamos de las emociones socialmente, porque siempre es así. Como psicólogos sociales, deberíamos tener claro que lo que tenemos entre manos cuando hablamos de emociones no son trozos de individualidad en carne viva, sino la sociedad entera puesta en escena, en formato persona y a medida, albedrío y contexto de cada caso específico. La emoción no es una actividad fisiológica, aunque ésta esté presente, igual que el lenguaje no es una actividad fisiológica aunque esté presente, e igual que el comer no es una actividad fisiológica aunque el hambre esté presente.

En primer lugar, porque las emociones son producciones discursivas. Las emociones se hablan o se silencian, pero hay un discurso sobre el silencio en el caso de las emociones: para no poder hablar de algo tan cotidiano y tan presente hay que desplegar una intensa actividad discursiva. Que la emoción tiene un discurso queda más allá de toda duda. Sin embargo, ¿es la emoción un discurso? Por supuesto, es exactamente lo que es. Emocionarse requiere una

memoria que también es social, una negociación con los otros y con lo otro que por definición es social y una reflexión que nos permita decidir si se trata de la emoción adecuada o de una situación adecuada para sentirse emocionado (Crawford et al., 1992).

Emocionarse requiere participar en una serie de prácticas sociales que a veces son muy obvias, como en los entierros, y que a veces requieren de negociaciones intensas, como en los abusos sexuales a menores. Alrededor de una muestra de emoción se despliega una intensa actividad social (hasta en el caso de estar uno solo), destinada a orientarla hacia lo más conveniente, lo cual a veces quiere decir reprimirla, negar su expresión, hasta negar su misma existencia y a veces quiere decir fomentarla, auparla, hacer que todos la vean. En los dos casos sirve para mantener o cambiar una determinada relación social y por este motivo también representa lo que el individuo que "la sufre" es verdaderamente.

Todos sabemos qué emociones se adecuan a cada situación.

Finalmente, es social porque pertenece al ámbito simbólico y adquiere significado en la interacción social y en las prácticas que mantienen, reproducen y cambian la sociedad y las relaciones de poder que la conforman. La emoción es uno de los símbolos más preciados de nuestro lenguaje.

No es un icono, no aspira a representar nada ni a parecerse a nada, no es un índice, no es el reflejo de ningún movimiento interior. La emoción es por sí misma un elemento más de nuestro lenguaje. Se parece más a las palabras que a las cosas. Su reino es el del significante y el del significado, pura sociedad, pura arbitrariedad, ausencia absoluta de referente. No proviene de las profundidades de ningún abismo interior, su característica más importante es su superficialidad, su absoluta transparencia a quien quiera ver. Que haya quien sufra en silencio no quiere decir que lo que sienta esté en su interior, también hay quien es capaz de pensar en silencio, y no por eso dejamos de saber que piensa en una lengua concreta –catalán, español, francés, etc.– y que, por lo tanto, su actividad es claramente social.

Las emociones y la memoria se construyen mutuamente y de manera simultánea. Las personas hacemos memoria en las narraciones e historias que coproducimos con los otros y que dan sentido a nuestra vida en aquel momento, que nos sirven para reinterpretar todo lo ocurrido y nos indican para dónde hay que seguir, cómo debemos sentirnos y la manera en la que nos sentiremos después si hacemos lo que planeamos. En estas narraciones e historias ocurren las emociones, es decir, son uno de los espacios donde se construyen. No preceden a su narración ni tienen por qué estar después, pero tampoco son aquel indicador puntual y efímero del sistema nervioso central que nos han querido hacer creer los psicólogos. Pasan en el momento mismo de la conversación,

aunque ésta discurra en silencio… porque el significado de dicho silencio ya lo hemos acordado lingüísticamente.

La curiosidad por un antiguo amor de quien no se sabe nada de hace tiempo, la nostalgia del amor pasado, la tristeza de aquella muerte… Todos entendemos estas frases. Su significado se puede negociar, pero no puede ser debatido eternamente, no ofrece tamaño rango de posibilidades. El acuerdo sobre qué es la tristeza, cuándo debe ser expresada o cuándo es conveniente sentirla si uno se quiere pensar a sí mismo como normal, llegará pronto. Al menos a grandes rasgos. Recordar es uno de los momentos que deben llevar incorporados algo de nostalgia, un poco de alegría por los momentos alegres y un poco de tristeza por los momentos tristes. Al igual que con la memoria –que no garantiza que aquello era realmente como se cuenta– esto no significa que en este momento pasado lo que se sintió fuera tristeza y fuera alegría realmente. Puede que ni se sintiera nada en especial, sino que más bien se inserten pedazos de emoción al recordar, para que la situación esté más de acuerdo con lo que debería haber sido.

Sin embargo, el camino no transcurre solamente de la verdadera emoción que se sintió para reconstruir el recuerdo. También ocurre a la inversa. Como muestran Crawford y otros (op. cit.), la negociación de una historia y finalmente su consenso acarrean la construcción de la emoción como un elemento más. Parafraseando a Bartlett (1995), se podría decir que la emoción es, por tanto, una construcción en gran parte basada en un recuerdo y su efecto general es una justificación del mismo.

En tanto que prácticas discursivas acordes a unas determinadas relaciones de poder, las emociones son totalmente contradictorias. Son básicamente una contradicción que la mayor parte de las veces sirve para despistarnos y para gastar mucho dinero en analistas, pero esta contradicción nos permite darnos cuenta de su intertextualidad. Una serie de "fragmentos" de diferentes procedencias, contradictorios entre sí pero coherentes cada uno por separado, que sostienen cosas como: "yo no soy racista, mi mejor amigo es un chino, pero a estos moros hay que ponerles un alto porque nos están dejando sin trabajo". Justamente esta característica es la que nos permite dar sentido a las situaciones de cada día y la que nos permite matizarlas, retocarlas y transformarlas en un momento dado.

Agua Solares, 1972

¿Por qué llenan de gozo las caricias y los mimos de un padre y son celebrados por todo el mundo, mientras que las de una madre al mismo infante en cuestión son objeto de la más rotunda indiferencia por aquellos que son testigo de alguna de sus manifestaciones? En teoría, el amor filial es igual aquí y en China y como emoción, sólo debería sufrir ciertas y por supuesto pequeñas modificaciones por parte del entorno que lo rodea, pero resulta que el amor de un padre hoy por hoy patriarcalmente hablando, como en el noventa y nueve por ciento de los casos, es un regalo, un favor, una sorpresa, una rareza que con-

firma el dicho popular de que lo bueno, poco o de que lo bueno, si breve, dos veces bueno, o lo que es lo mismo, el buen perfume se vende en frascos pequeñitos. En cambio, el amor de una madre es lo mínimo que una mujer puede hacer por su pequeño, por "el retoño de su amor", por "el sol de su vida" y su obligación más evidente, porque sin esto, el niño no se desarrollaría convenientemente –biológica y psicológicamente hablando, claro está– y sufriría traumas indecibles que desembocarían en una sociopatía o enfermedad cualquiera. Por lo tanto, el amor de una madre no debe agradecerse, sino esperarse y recriminarse su ausencia, en caso necesario, que es lo que no pasa desapercibido. No se premia a quien lo da, pero sí se le castiga si no da lo suficientemente, legal, moral, física, social y "psicológicamente". Por lo tanto, esto de que el amor es una emoción igual y común a todos… no resiste siquiera el más mínimo análisis de género o histórico o político

Recapitulando: las emociones son prácticas discursivas que mantienen, reproducen y pueden cambiar las relaciones sociales en un momento histórico determinado. Actualmente nos construyen como individuos, pero esto no es inmutable. Por lo tanto, cabe la posibilidad de apostar por una nueva subjetividad.

En la práctica cotidiana, apelar a uno mismo, a lo que se *es* en un momento dado, no tiene por qué tener que ver con las emociones. No vale hablar en nombre de lo que sentimos de verdad y que no podemos dejar de hacerlo por más que queramos, y que ser sincero con algo o con alguien significa hacerles partícipes de nuestros más íntimos sentimientos. La felicidad no tiene que ser el éxito y la independencia a toda costa, ni la tristeza y la humillación deben estar relacionadas con la dependencia y la vida en colectivo. Los valores sobre los cuales construirnos a nosotros mismos deben ser argumentados y contraargumentados cada vez que sea necesario y, por supuesto, deben ser completamente relativos.

1.2. Discursos contemporáneos sobre las emociones

Más que interesarnos saber qué es la emoción dentro de la psicología o dentro de la psicología social, es decir, cuáles son sus definiciones, lo interesante de las emociones es el hecho de que su propia explicación, narración y definición para con nosotros mismos y los otros es el propio proyecto de subjetividad social en construcción. Es el cómo se va definiendo lo colectivo o en nuestro caso, el individuo o la persona. Evidentemente aquí y ahora una emoción implica sensaciones físicas, el cuerpo y demás reacciones biológicas, pero el hecho de que interpretemos esto como una emoción es prueba de su construcción social, porque no hacemos lo mismo con la sensación de hambre o picor, puesto que el contexto nos dice si lo que sentimos es hambre o es que hemos visto al amor de nuestra vida.

Cuando pensamos en las emociones, lo que queremos saber es lo que piensa la gente que son las emociones, cómo dice que las experimenta, de dónde cree que vienen, si cree que deben controlarse y, si es así, cuáles son las más difíciles y más fáciles de controlar, si la gente se diferencia por la manera en la que siente y expresa sus emociones, qué pasa cuando no se expresan, para qué sirven, cuál es su experiencia particular al respecto, si se consideran a sí mismos personas emotivas, si han perdido el control de sus emociones alguna vez, su recuerdo más reciente sobre una experiencia emocional intensa y finalmente, si hay algún patrón de expresión de las mismas que caracterice a su familia. Sin embargo, si nos fijamos con atención, las propias preguntas juegan con el implícito de que las emociones son susceptibles de ser controladas: que la manera de expresarlas y experimentarlas genera una identidad diferenciada de los otros y esto nos proporciona el carácter de individuos autónomos; que dejan marcas en la memoria; que es algo que se tiene que sacar fuera porque dentro se pudre y nos provoca enfermedades emocionales; y que parece que hay ciertos patrones sociales, o al menos familiares, que regulan su expresión. Estos implícitos, justamente, son los discursos cotidianos sobre las emociones.

Vale la pena repasar estos discursos sumariamente:

1) La emoción como medio de expresión de uno mismo. Las emociones como señales o mensajes de los propios pensamientos o sentimientos, las emociones como señal de autenticidad del individuo, las emociones como recurso personal, las emociones como esencia de lo humano, la emoción como parte esencial de la vida, la emoción como primitiva, la emoción como lo opuesto a la razón. La emoción es vista siempre como un universal, una característica del ser humano que se hace específica a cada momento en todos y cada uno de los individuos de la especie, y les otorga, pues, su individual "humanidad". Es la denominación de origen de todo individuo que garantiza su pertenencia a la especie en cuestión.

2) El origen de las emociones. Las emociones que provienen del *self*/cuerpo, las emociones como producto del pensamiento, la emoción como respuesta instintiva a un estímulo, la emoción como la interrelación entre mente y cuerpo, la emoción como parte del alma, la emoción como el producto de la experiencia y del aprendizaje. Como se puede ver, sólo en último lugar se considera un mínimo origen social, pero si analizamos detenidamente, veremos que esto deja la "esencia" de la emoción intacta en su supuesta universalidad.

Ahora representamos así nuestras emociones:

:-) :-)))):-(:-o :-D

3) La gente emocional es descrita... compasiva, sensible, demostrativa, expresiva, abierta y capaz de experimentar sentimientos intensos, pero también gente que a veces está a merced de ellos, gente irracional y sin control. Uno tiene que expresar las emociones más que guardárselas, excepto cuando éstas son negativas y destructivas, porque puede herirse a los demás. Demasiado control sobre las propias emociones no está bien visto, no es auténtico, es artificial y poco ho-

nesto. El discurso oficial sobre la emociones propone que éstas deben ser controladas para que la vida social sea posible.

4) Los hombres y las mujeres son socializados de una manera distinta respecto a sus emociones: Los hombres están necesitados de expresar su ternura, o su susceptibilidad, más abiertamente, mientras que las mujeres lo hacen de manera natural; son seres emocionales. De los hombres, en cambio, se espera ahora que tengan una fuerte presencia en la familia en un ámbito emocional y por ello se les exhorta a expresar sus emociones. Hay una convergencia entre el ideal de la emotividad masculina y femenina. Una persona completa y "desarrollada"se considera aquella que es capaz de combinar la intimidad y expresión emocional femenina y la independencia y competencia masculina.

La animalidad de la emoción...

... distrae la atención sobre lo que debería ser el principal objeto de análisis, la emoción en sí. El control social está en la misma emoción, no en la concepción que se tiene de la emoción, no en lo que se explicita que es, no en su discurso oficial explícito, sino en los implícitos del discurso. El discurso oficial sobre la animalidad de la emoción y su necesidad de control es un ejercicio de distracción. Una estrategia que sitúa la preocupación en el control de algo que no es cuestionable en sí mismo.

5) Emociones como fluidos que contiene el cuerpo. Afectadas por la temperatura y la presión. En las descripciones de la experiencia emocional y el cuerpo, es recurrente la metáfora mecánica del cuerpo, que representa las fronteras del cuerpo y la voluntad como contenedoras de las emociones fluidas que tienen dentro. Metafóricamente las personas se definen como abiertas o cerradas, duras o suaves, cálidas, frías o tibias, babosas o secas. Esto confirma la posición dominante de que las emociones se tienen en el interior, que deben ser controladas hasta cierto punto, y el cuerpo es su contenedor y la voluntad la puerta de este contenedor, de manera que quien expresa sus emociones de manera adecuada, abre su puerta sin violencia excesiva –está abierta y suave– para dejar pasar una corriente de humanidad –calidez y humedad.

Ser una persona civilizada implica un complejo control de las diferentes situaciones para poder discernir cuándo se tienen que expresar o reprimir determinadas emociones y por qué las mismas emociones son bienvenidas en un caso y mal vistas en otro. La complejidad va más allá; ser persona *per se* implica una gestión de las emociones determinada que te hace justamente convertirte en una persona anónima, o una masa, o un individuo, o uno más. Cada vez hay una "gestión" diferente de la subjetividad; hoy por hoy la subjetividad es la gestión de las emociones, lo cual produce individuos que se relacionan entre sí, que pueden vivir dentro de una jerarquía y sentirse libres y autónomos al mismo tiempo y que nada desean con más fervor que poder ser dueños de su propia esclavitud: poder descubrir y experimentar intensamente sus más íntimas emociones.

1.3. Las emociones como dispositivo de control social

Los discursos sobre las emociones, al igual que los discursos sobre la naturaleza o el cuerpo, las presentan como lo auténtico. Por este motivo se nos alienta a mostrarlas para que seamos más naturales, más verdaderos y no falsos como

lo social, por lo que se connota negativamente lo que aprendemos socialmente, que es considerado como un conjunto de máscaras que ocultan una supuesta naturaleza verdadera. Las emociones son, en estos discursos, lo no maleado por la sociedad, lo dado, con lo cual nacemos, lo no regulado, a diferencia de lo social, que sí que está regulado y aquí es donde se justifican el control, el poder y la jerarquía. Se supone que las necesitamos para ser civilizados y personas que se comporten en sociedad; de no ser así, nuestra naturaleza nos llevaría a ser salvajemente naturales. Según estos discursos, las emociones requieren, pues, ser controladas propositivamente; de lo contrario podrían ponernos en situaciones embarazosas o incluso humillarnos y amenazar nuestra autonomía, nuestro autocontrol, independencia e individualidad. Es decir, todo lo que se valora como positivo, con lo cual nuestra vida constituye una lucha en contra de nuestra propia naturaleza, para dominarla, conquistarla y someterla a la razón civilizada que nos permite vivir en sociedad acomodados jerárquicamente.

Foucault define el dispositivo como:

> "un conjunto decididamente heterogéneo, que comprende discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas; en resumen: los elementos del dispositivo pertenecen tanto a lo dicho como a lo no dicho. El dispositivo es la red que puede establecerse entre estos elementos." (Foucault, 1977, p. 128)

Esta definición se adecua punto por punto a lo que entenderemos aquí por *dispositivo* y es aplicable en cada uno de sus puntos, sin excepciones, a las emociones.

Las emociones forman parte de las prácticas actuales que construyen y mantienen la subjetividad contemporánea. Éstas y otras prácticas se interrelacionan, son interdependientes y se especifican de manera diferente según el contexto específico. La demanda de controlar las emociones es, pues, necesaria para el mantenimiento de la subjetividad en formato individuo tal y como la tenemos montada en este momento. El secreto radica en mantener un discurso que dice que para ser un individuo como Dios manda hay que controlar las emociones porque es la única manera de ser libre, preciado vellocino de nuestra cultura occidental individualista, y resulta que controlándolas, es decir, haciendo lo que se debe en cada momento, como por ejemplo, creyendo a pies juntillas que somos individuos con un interior verdadero pleno de sentimientos y emociones auténticos, es cuando más sujetos somos, en el sentido de sujetos a la subjetividad y orden social correspondientes y en el sentido de menos libres de acuerdo a la definición de libertad que se promueve socialmente y que por este motivo nadie encuentra nunca satisfactoria, en el caso de que la encuentren, porque el problema está en la definición misma. A saber, mientras más controlamos nuestras emociones para ser individuos libres y soberanos, más sujetos estamos a la subjetividad individualista.

Ginebra Bombay

2. El consumo es una emoción

Por fin nos podemos emocionar consumiendo emociones. El consumo es la emoción extrema, la emoción de emociones. La sociedad fundamentada económicamente en el consumo no requiere tan sólo de inventores apasionados por su trabajo y ciegos la mayor parte del tiempo a las consecuencias de éste –como la bomba atómica o la invención del telar a vapor–; además necesita estructuras de deseo imbuidas en sus unidades de consumo. Por lógica atomista, cuanto más pequeña sea la unidad de consumo, más habrá, de manera que la familia no es suficientemente numerosa ni constituye, hoy en día, una unidad suficiente. En cambio, si no se ha podido convencer a las familias, sí que se ha convencido al individuo de su poderosa unidad interna y, por lo tanto, de la fuerza de su deseo. Un deseo que es de autoconsumo. Es decir, un deseo de consumir más deseos. Por este motivo la emoción no es solamente una gratificación que se obtiene al consumir, sino que al mismo tiempo es el acto de consumo y el objeto de consumo.

Otra vez, la pasión, la emoción, en definitiva, la afectividad aparece como central en los actuales dispositivos de control social.

La emoción del consumo sirve adecuadamente a su fin de mantener el engranaje de la economía en funcionamiento. Cuando los economistas utilizan su modelo preferido, el *homo economicus* hinchado de racionalidad, no se dan cuenta de que éste ya acabó, que pudo ser útil cuando se trataba de explicar conductas de supervivencia en un entorno hostil como la industrialización, pero que no puede explicar cómo se comporta una persona educada en el consumo. Para el consumo se necesita la emoción. Una nueva especie, el *homo emotionalis,* se adecua más a la nueva situación. Tiene que ser alguien que sienta que lo que desea es su ley, que nada puede interponerse entre él o ella y sus deseos. Sin embargo, el deseo no surge de nuestro fondo más animal, sino todo lo contrario, surge de nuestro lado más social. Cuando alguien veta una acción que considera impropia en un niño, le explica que las personas no somos animales y que por esta razón no debe comportarse como si lo fuese.

Vehículos Seat

La buena educación es un producto humano que debe limitar el deseo animal de hacer lo que uno quiera, cuando quiera. Todo esto deja de ser un problema cuando se comprende que el deseo solamente puede surgir de lo social, uno desea helados de limón o chocolate, no desea comer; desea que le hagan una felación o un *cunnilingus*, no desea copular, con lo cual el deseo nace ya con una carga moral inserta en su propio discurso.

Al cabo de unos años...

... este mismo niño justificará su impulso sexual irrefrenable ante la novia desganada o con dolor de cabeza basándose en el hecho de que, efectivamente, es un animal, y ¡qué le vamos a hacer!

Por esta razón, el economista no debe preocuparse de que su hombre modelo no sea racional; al contrario, su irracionalidad es precisamente lo que le impulsa al consumo. El consumo se sostiene sobre una capa de emotividad que lo convierte en la experiencia posmoderna más verdadera. El individuo se siente vivo, pleno y feliz en el consumo porque éste es la emoción.

2.1. La emoción verdadera es la que se sabe vender

Entonces no lo habría explicado como ahora, pero hoy no puedo verlo de otra manera y es que la atracción que de adolescente sentía por las narraciones de las vidas llenas de aventuras de los otros me llevó a intentar hacerme una vida que, narrada, explicada en cálidas tertulias a media tarde a los amigos, nietos o desconocidos de un bar, les estremeciera y conmoviera. Ciertamente, nunca me he conmovido más que con una buena historia. Sobre todo con una historia bien contada, y ya se sabe que para que algo tenga garra se necesitan palabras, lenguaje, emociones, sentimientos y situaciones.

Curiosamente, nunca pensé que sólo había que contar bien las historias, *sin necesidad* de ir a vivirlas para luego explicarlas; aunque empecé a sospechar algo cuando notaba que mis anécdotas por sí mismas no producían efecto cuando las contaba, entre otras cosas porque nunca he cultivado el don de la conversación, pero veía que en cambio vivencias bastante menos importantes que las mías se convertían en tema de conversación recurrente porque habían sido contadas por un narrador competente, y cada vez estaba más claro que la *magia* no estaba en vivir experiencias. De hecho, éstas pueden pasar sin pena ni gloria si no se explican, si no se recuerdan y si no son consensuadas como una historia verosímil. La gracia está en las palabras.

Ya se sabe que decir algo, o escribirlo, requiere cierta habilidad y competencia lingüísticas, y un mínimo de gramática básica, además de algo de esfuerzo y un tiempo para ponerlo todo en marcha. Así pues, indiscutiblemente es mucho más fácil comprar algo y dárselo al otro con una expresión en la cara de sentir alguna emoción profunda contenida. Con el pretexto de nuestra sociedad de que no se pueden expresar los sentimientos, se nos ha puesto todo al alcance de la mano para poder consumirlos. La emoción es todo aquello que no se puede decir con palabras, siempre y cuando esta frase sea bien dicha a la hora de entregar un consumible apropiado.

En un anuncio del perfume Poême,...

... de Lancôme, la protagonista dice en francés, que es más perfumado: "¿El amor es para siempre? ¿Cómo puedo expresar todo lo que te quiero decir?". Y en las imágenes, ella regala el perfume, sin más, aparentemente sin ninguna palabra. Éste es uno de los innombrables ejemplos de lo que actualmente construimos como emociones.

Efectivamente, el lenguaje tiene una faceta lúdica de regocijo y placer que consiste en decir la mayor cantidad de palabras posibles, bonitas y raras, consonantes y acordes con la frase que se pronuncia y que den el tono que convenga, solemne, de aliento, descriptivo, etc. Es como si hubiera magia en las mismas y es cuando valen la pena, cuando nos parece que alguien tiene *el don de la pala-*

bra, cuando los cuentos son realmente buenos, y cuando una charla resulta amena y divertida.

Y es que hoy por hoy hemos convertido el lenguaje evocador en la manera de consumir imágenes a destajo, aquellas que se acomodan mejor a nuestro imaginario, como una especie de juego consistente en ver quién logra traer más, mejores y más bonitas imágenes a cuento mientras oye el hilo conductor. Se trata del lenguaje que enamora a una Roxana de un Cyrano narigudo y poco agraciado físicamente.

2.2. La ley del deseo

El deseo es otro de los afectos a los que nuestro sentido común presta mucha atención y cuida que siempre sea apropiado. También lo hemos construido como una cosa que se tiene o se deja de tener o que se despierta o no cuando vemos a un cuerpo–objeto adecuado. Sin embargo, no siempre los cuerpos–objetos adecuados para despertar nuestro deseo son los adecuados socialmente; esto tiene a bien denominarse *perversión* o *desviación*. Este aparente *décalage* entre deseo y orden social ha sido visto muy a menudo como una prueba de que efectivamente el deseo iba por su cuenta, desviado de lo natural y socialmente apropiado. Un punto de vista totalmente erróneo.

Si prestamos atención, veremos que se habla del problema de los pederastas o del pederasta, pero no de la pederastia. El pederasta es el mejor ejemplo hoy en día del sujeto peligroso, socialmente configurado como tal a través de un deseo *desviado*. Obviamente, y como para el resto de los desviados, cumple la función de marcar la norma. Lo interesante es que este tipo de figuras se requieren solamente cuando la norma es demasiado ambigua. El loco marca la frontera con la locura porque por sí sola, en tanto concepto, no es suficiente; el marica mariposeador marca la frontera de la heterosexualidad, el delincuente, la de la ley. El pederasta marca la frontera del deseo. Un deseo que en nuestra sociedad ha ido tendiendo hacia la infantilización del cuerpo femenino.

Un ejemplo es el de la pederastia,...

... y no quiero decir de los pederastas, porque no es un problema de unos individuos concretos, sino que en estos momentos la pederastia es, sobre todo, una verdadera institución social promovida por valores que sostenemos actualmente en nuestra sociedad.

La sacralización de la juventud en abstracto, como objeto de consumo, no sólo produce productos antiarrugas al alcance de los clientes, sino sobre todo modelos con cuerpos infantiles que también exigimos consumir. Como es de suponer, el cuerpo del niño y la niña son en este caso el objeto de deseo más preciado, puesto que representan la norma estética por excelencia. Parafraseando a García-Borés y otros (1994) en su premiado libro sobre los no delincuentes, la pregunta pertinente que tenemos que hacernos es por qué no hay más pederastas y no por qué hay los que hay.

Vodka Smirnoff

La coincidencia de una construcción del deseo como inevitable e incontrolable por parte del sujeto acarrea dos consecuencias desgraciadas: para el atacan-

te, puesto que su castigo deberá ser definitivo y para la víctima, puesto que el atacante, una vez pasada la línea que separa el deseo secreto de la acción, pocas veces podrá evitar reincidir o agravar sus ataques, y contará con todos los argumentos del mundo provenientes de la medicina, la biología y la psicología para legitimar su posición, ya que son estas disciplinas las que *naturalizan* el deseo.

2.3. La pasión *démodé*

Theodore R. Sarbin (en Harré, 1986) considera que hablar de emociones no es más que la forma técnica de referirse a las pasiones en nuestros días, y conserva su sentido y mantiene en el papel de víctima al interfecto que las sufre. Es decir, que refuerza la noción de que una pasión es como un virus que ataca a la persona. Por este motivo precisamos la racionalidad que afortunadamente hemos inventado (Walkerdine, 1988), y que nos permite hablar de cosas serias. Como por ejemplo a Bourdieu (1999), que cree que debemos desembarazarnos de la pasión para realizar un trabajo serio contra la guerra.

De ahí que se imponga a la razón la necesidad de analizar sus fracasos, o lo que es lo mismo, las pasiones que la obnubilaron. Ahora mismo la pasión ya no está de moda, en tanto que es demasiado evidente. Su significado nos dice que se apodera del control de nuestras acciones y nos deja totalmente desvalidos. Esto no va en absoluto con los individuos.

> Los individuos de las democracias por las que apostamos necesitan poder elegir, poder exponerse a las emociones deseadas, poder ir en busca de las mismas, poder sacarles el máximo provecho a modo de *management* y ser los más inteligentes emocionalmente hablando. Sin embargo, elijan lo que elijan, la cuestión es la misma: nuestros individuos actuales quieren ser *activos;* esto los define como individuos justamente y por esto buscan emociones fuertes, nuevas y grandes que les *muevan a la acción*, en vez de pasiones que les mantengan *pasivos* a la espera de sentirlas con resignación.

No pueden asumir la pasividad de las pasiones que construían otro tipo de subjetividad que no se puede consumir hoy en día. Al individuo de a pie las pasiones no le hacen falta, ni le interesan en lo más mínimo. Sólo cuenta en su haber con infinidad de emociones que sabe exactamente lo que pueden proporcionarle, hasta qué punto y cuándo hacerlas callar. ¿Por qué iban a interesarle unas pasiones que no están hechas a su medida y que le invadirían sin siquiera preguntarle por dónde? Las emociones como dispositivo de control social requieren de la libertad individual y de la posibilidad de elegir y ha-

cer el propio destino; de ninguna manera dejarán que una pasión cualquiera, y menos una baja, venga y les arrebate el papel protagonista.

2.4. Emocionarse es cosa de mujeres, pero serán compensadas

Con el hombre, tal y como ha quedado constituido en la masculinidad de nuestros días, tropieza ahora la sociedad de consumo. Su excesiva racionalidad, útil para otros tiempos, es ahora una molestia, pues le cuesta dejarse llevar por el consumo. El nuevo programa social busca insertarle un cúmulo de emociones más adaptadas al mundo contemporáneo, en el cual la ciudadanía involucra al poder adquisitivo, sin que por este motivo se pierda su masculinidad (por si acaso se necesita para alguna que otra guerra, nunca se sabe). Aun así, la adaptación tiene por objetivo que el nuevo hombre exprese sus emociones más y mejor; en cambio, se espera que la mujer aspire al ideal de controlar sus emociones y al de ser autónoma, aunque tenga que asumir la doble carga de trabajo.

Se supone que las mujeres están liberadas porque pueden trabajar, porque entonces pueden gastar el salario como quieran y esto las hace libres. Sin embargo, justamente el problema está en lo que quieren. La clave de cómo llegamos a desear y de cómo nos apropiamos de las emociones adecuadas a nuestro género, clase, etnia, etc., es lo que nos evidencia el control social.

Y mmm… ¿En qué se gastan su dinero la gran mayoría de las mujeres liberadas? En bebida y hombres, obviamente no. Mejor en cosas para la casa, para los niños, para estar guapa… Este discurso del trabajo liberador ha permitido hablar de la mujer de los noventa y del nuevo hombre sensible y cooperativo, pero esto no ha construido una nueva mujer, sino una mujer que hace lo mismo que los hombres (con los valores, repertorios y emociones correspondientes) y además hace lo de las mujeres. Lejos de incomodar, esta situación se vive con orgullo, con sentimientos de independencia y libertad, se vive como individuo que ha elegido hacer estas cosas y que se siente orgulloso de ser mujer.

Como en un anuncio de compresas Ausonia…

… en el cual una mujer, a ritmo de la canción *I like to be a woman*, explica que le gusta ser mujer "pero" que tiene la regla, aunque esto no la afecta, debido a las compresas que usa. Por enfático y por afirmación de lo negativo, deja muy claro que es un rollo ser mujer realmente, pero que se ha de vivir con una sonrisa en la cara, con un cuerpo *Danone*, con ropa de Mango y con ritmo de vida de ejecutivo de Wall Street.

Uno de los motivos de este orgullo se encuentra en su capacidad reproductora. La maternidad es un asunto en teoría instintivo e inexplicable o irreducible a lenguaje, pero requiere que todo cuanto rodea a la mujer se lo recuerde constantemente con una verborrea increíble. Esto abarca toda la gama posible de prácticas, desde las consideradas más biológicas hasta las más psicológicas y sociales.

Lectura recomendada

Hay una recopilación acrítica de libros y manuales sobre el embarazo en esta obra:

U. Beck y E. Beck-Gernsheim (1998). *El normal Caos del Amor*. Barcelona: El Roure.

Por ejemplo, cabe destacar los párrafos y párrafos de libros y manuales sobre el embarazo y las charlas y cursillos sobre el tema, que insisten en que no se puede explicar lo que son las contracciones, ni lo que dura el parto ni cómo se puede

soportar, ni cómo se siente una después de que nazca el bebé, ni cómo duele el posparto, ni la mejor manera de pasarlo. La barrera que el discurso sobre lo biológico impone a la explicación de las emociones se hace especialmente infranqueable en el caso del dolor, y ésta se acentúa cuando este dolor tiene que pasarlo una mujer, y aún más si se trata del caso de la la reproducción. Puesto que no se puede explicar, nadie explica nada, la desinformación se justifica con un "es que el dolor es subjetivo de cada mujer", y con un "es que las sensaciones no se pueden explicar", "nada de lo que diga te puede ayudar", "tú sola tendrás que pasar por esto", y con esto se alecciona a la mujer en cuestión respecto a ser mujer mismo. Se trata de sufrir y aunque haya posibles alternativas, éstas no se mencionarán.

Por el lado psicológico social, a la mujer se le dice todo el tiempo que echará de menos a sus hijos cuando vayan a la guardería, cuando vayan a la escuela o cuando los cuide otra persona. Se hace hincapié en la poca confianza que podemos tener en estos centros y en canguros o familiares, dada toda la serie de abusos y desgracias de los que pueden ser víctimas los pequeños. De ningún modo puede la mujer sentirse bien cuando sus hijos no están con ella, porque esto sería síntoma inequívoco de que no los quiere, ya que puede vivir sin pensar en todo momento en ellos y sin que sean el único *motivo de su existencia y razón para vivir*. En cualquier intento de que sea el padre u otra persona quien se haga cargo de los infantes en cuestión y que dé la cara en diferentes instituciones de salud o educativas, inmediatamente surgen innumerables obstáculos. Entonces todo el mundo necesita a la madre, para que explique, para que diga, para que dé constancia, para que afirme, para que se encargue, y se da por hecho que es ella quien tiene que hacerlo. El padre molesta, estorba, resulta inoportuno e inconveniente y sobre todo no se cuenta nunca con él, aunque públicamente se diga que es bueno que sea cooperativo y que se pueda contar con él, pero mejor en casa, porque allí sólo hay madres. Incluso aunque sea él quien gestione y conduzca la situación, siempre se apela a la madre y se busca que sea ella la que diga la última palabra, se le obliga a que se comporte como una madre a todos los efectos.

> Por si hay algún intento de fuga de alguna madre–mujer, mejor celebramos el día de la madre y la compensamos del sometimiento, no ya a los hijos, sino a todos los discursos y prácticas que los sustentan, con espléndidos obsequios de consumo, con emociones compradas a tal efecto para inculcar emociones apropiadas a tal otro. Así nos encargamos de que las madres sientan como tal y que nos hagan sentirnos hijos.

Lavadoras New Pol

Después nos sorprenden las madres controladoras y entrometidas, cuando primero se les ha coaccionado a hacerlo todo por los otros y luego se espera de ellas que marchen sin decir ni *mu*. De hecho, sería muy fácil olvidarse de los hijos si se diera la oportunidad, pero todo el mundo le recuerda a la mujer que debería estar preocupada, que se debería sentir culpable, que mejor debería llamar para saber cómo están y que cómo es posible que pueda pasárselo bien sin echarles de menos. Se le permiten algunas noches libres o fines de semana, pero

sólo si es para pasar momentos románticos con el padre de la criatura. El tiempo que puede dedicar a sí misma se reduce al mínimo indispensable para utilizar los diferentes productos de belleza que le han regalado el Día de la Madre.

2.5. La ciencia es un discurso que consumimos para controlar nuestras emociones

Numerar, clasificar y descubrir las emociones que están *naturalmente* dentro de los individuos son algunas de las cosas que nuestras prácticas sociales, denominadas *ciencia*, han producido para controlar nuestras emociones. Aquello de ser razonables, objetivos, desapasionados, fríos, calculadores y todo lo demás, sólo son los lugares *prohibido estacionar* de las emociones. Los hemos generado en aras de crear la ilusión de imparcialidad y/o neutralidad, provechosa para el hacer científico o comercial, propios de nuestra actualidad.

Por supuesto que se pueden clasificar todas las palabras que apelan a las emociones, o que las describen, o que conforman la emoción, pero en todo caso no sería el único trabajo que habría que realizar. Hasta el momento, cuando alguien afirma que las emociones son *algo más* que lenguaje, está intentando decir que ese *algo más* es concreto, que es real.

> Seguro que en estos momentos hay un pobre profesor discursivo entablando alguna discusión bizantina con sus estudiantes sobre si las bombas que caen en Irak o las balas que matan israelíes y palestinos (el argumento cambia según de quién se es votante) son discursivas o matan de verdad. Sin embargo, esto es una trampa. Por supuesto que son discursivas y que los discursos matan: los campos de concentración no se entienden, ni seguramente existirían, sin los discursos de Hitler. Por este motivo, para entender que las emociones no se agotan en las palabras, no hace ninguna falta regresar al campo de batalla, sino detenerse en los discursos.

Las emociones producen efectos corporales y dependen del cuerpo para expresarse; en esto no se diferencian del discurso, pero ese *algo más* que tienen aparte del lenguaje es pura y simplemente su característica de acción. Su posibilidad de generar efectos inmediatos, de establecer, mediante determinadas prácticas afectivas, relaciones de poder, poder para modificar el cuerpo pero también para cambiar la sociedad si se quiere.

Y si las emociones son más poderosas que el lenguaje en nuestras prácticas cotidianas, es simplemente porque nos hemos olvidado de su origen social, y las hemos enterrado allá donde parezca que nos gobiernan sin que nos demos cuenta, donde parezca que reflejan la verdad del individuo. Por estas razones, en este momento la producción de conocimiento de las emociones tiene que pasar por su deconstrucción como dispositivos de control social y su construcción como posibilitadoras de cambio social. Se debe insistir en su carácter de negociadas. Tenemos espacio y margen para optar y decidir y no sólo para reproducir las emociones apropiadas para un *self* occidental, puede que *democrático*, pero cuyas relaciones están basadas en el control y el consumo.

Enumerar y clasificar no puede tener ya el objetivo de acumular un conocimiento que permita predecir y controlar el futuro. Tampoco puede tener el objetivo de encontrar la verdad intrínseca de los objetos de la realidad. Numerar, clasificar y descubrir debe tener el objetivo de poner de manifiesto las prácticas sociales que se mantienen y los efectos políticos que generan todas y cada una de las producciones emocionales conocidas y por conocer. No olvidemos este oscuro objeto del deseo que siempre puede vendérsenos por un módico precio y que cualquiera estaría gustoso de poseer siempre que fuera exótico y sofisticado.

2.6. El consumo garantiza la individualidad

La relación entre emoción y consumo es ciertamente destacable. Hace ya tiempo que se sabe que el impulso de consumir (*impulso* es una palabra vinculada a las emociones) no es tan racional como debiera. El acto de consumir es afectivo de pleno derecho; en él se resuelven fobias y filias, sentimientos hacia uno mismo y los otros, y un sinfín de deseos cuya procedencia uno mismo desconoce, pero en los que cree a pies juntillas, dado que salen de su *interior*.

Consumir es emocionante, sí, pero no solamente eso, sino que consumir es sentir y expresar una emoción, la poderosa emoción de la posesión (a veces únicamente temporal), de un trozo de la realidad. Poseer es poder, y es sentir que uno es algo. No es anecdótico que se critique a nuestra sociedad por materialista, que se afirme que valoramos a la gente por lo que posee y no por lo que es, puesto que resulta que ya no podemos saber qué somos si no es mediante nuestras posesiones (nuestra ropa, nuestra música, nuestras amistades, nuestra pareja, nuestro coche, nuestras clases, etc.). La metáfora de la posesión y el deseo de consumir invaden las diferentes esferas de la vida:

> Los estudiantes, como buen público, esperan clases espectaculares y entretenidas; los amantes, esperamos/exigimos de nuestra pareja, que previamente hemos seleccionado con sumo cuidado, que satisfaga nuestros deseos más íntimos; los fans de la moda reclamamos que la ropa nos identifique como un tipo determinado de persona y a la vez nos proporcione una imagen dinámica y cambiante: los hijos vivimos a nuestros padres como proveedores y en caso de que fallen, les recriminamos cual clientes agraviados, etc.

Consumir es adquirir para poder ser, para ser individuo, para tener identidad propia.

Comprar la imagen de la temporada.

Por este motivo, no debe extrañar que uno pueda afirmar que el consumo es, además de una emoción, una emoción básica, y esto en función de los siguientes argumentos: se aprende temprano (entre los dos y los tres años de edad); sin posibilidad de consumo, el organismo occidental no puede sobrevivir porque es ya el único mecanismo de adquisición de bienes, incluidos los más necesarios; sin consumo no se es individuo, no se es persona, no se es nada reconocible, legitimado o respetado; se cree que el mercado de consumo debe ser la forma universal de la organización social mundial en la globalización; porque el consumo nos permite acceder a formas más complejas, más sutiles, matizadas, complicadas, de

sentir; porque es lo que nos da acceso al resto de las emociones (incluso aquellas que se creían más básicas aún, como el miedo que uno consume en los cines y los parques de atracciones, como el hambre que uno consume en casa, en restaurantes y en *fast foods*, como la ira que le surge a uno cuando no ve sus deseos de consumo satisfechos, etc.); el consumo compele fuertemente a la acción, nos invita a comprar, y lo que es más impresionante aún: nos incita a trabajar para poder consumir; sus desencadenantes no son simples, pero tampoco son más complejos que los que desencadenan la alegría y la tristeza, la satisfacción y el malestar, el miedo y la ira.

La emoción garantiza al individuo la posesión de la verdad, una verdad que uno está dispuesto a relativizar, puesto que sabe que es individual, subjetiva, pero que no por esto es menos verdad. Que la posmodernidad relativiza las grandes verdades universales, muy bien, el capitalismo lo admite, pero con una condición: que no sean sociales sino individuales. La emoción cumple muy bien su encargo, legitima los deseos del individuo –obviamente, deseos de consumo–, al entender que éstos surgen de su interior.

La emoción es auténtica, no depende de la sociedad aunque se relacione con la misma, y por lo tanto no es falsa. Lo social es una máscara, los textos son tramposos, nos pueden hacer ver cosas que no son, hasta construyen la realidad, ¡lo cual es el colmo! Sin embargo, de la emoción no se puede hablar, no se puede compartir, es íntima, es privada… Si nadie te la puede cuestionar, si nadie está legitimado para decirte cuáles son tus verdaderos sentimientos, entonces es la prueba de la autenticidad de nuestra vida individual, nos demuestran que existimos, que somos, y Descartes sobrevive en un *siento* luego soy más que en su tradicional *cogito*.

Excepto la policía de la afectividad...

... que son los psicólogos, útiles para emergencias como el descontrol y el desorden, todo sistema de control requiere una policía. Dado que la emoción no es social, ninguna persona puede cumplir esta función. Por esto el psicólogo no es un consejero, sino un intérprete; alguien que te guía hasta las profundidades de tu ser, que no te dice quién eres sino que te ayuda a descubrirlo por ti mismo, que te acompaña en el renacer que supondrá el descubrimiento final de lo que eras de verdad y que desgraciadamente la sociedad, familia, el Estado, etc., reprimieron por no quererte tal y como eras. La búsqueda de la autenticidad que establece el psicólogo en su régimen de normalización y de disciplinarización del yo es ahora más fuerte que nunca porque no reconoce los valores con los que trabaja. El individuo finalmente descubierto no será ni bueno ni malo, pero será auténtico.

3. El consumo es un dispositivo de control social

3.1. El consumo de objetos

Tal y como comenta Deborah Lupton en *The Emotional Self*:

> "Muchas veces, la relación entre personas, cosas y lugares está saturada de emoción. Los anunciantes y los profesionales del marketing se proponen deliberadamente evocar varias emociones en su público objetivo para incitarlo a comprar sus artículos o experiencias. Los estados emocionales acompañan el deseo o el anhelo que sentimos hacia un objeto que todavía no hemos adquirido o hacia una experiencia que nos gustaría vivir. Los objetos se utilizan para alterar el carácter o los estados emocionales y promover así relajación o su efecto contrario, agitación. Algunos objetos actúan como mediadores de las relaciones emocionales entre las personas. La participación en "experiencias" de ocio es, a menudo, una fuente de intensidad emocional, una oportunidad para las personas de trascender momentáneamente las normas y las limitaciones habituales de comportamiento y autocontrol y verse implicadas en la socialidad colectiva, aunque sea en escenarios controlados. En un ámbito más fundamental, y mediante los procesos de apropiación, los objetos se incorporan a nuestra subjetividad por medio del consumo, el uso cotidiano y la memoria. La relación emocional que experimentamos con las cosas puede suponer la antropomorfización de objetos, el hecho de tener hacia los mismos emociones similares a las que tenemos hacia nuestros íntimos amigos. Incluso si no antropomorfizamos los objetos, podemos acabar experimentando hacia éstos los mismos sentimientos y el mismo cariño que tenemos hacia las personas y llorar su pérdida, si se produce. El espacio y el tiempo también están profundamente relacionados con nuestro aspecto emocional, podemos llegar a desarrollar fuertes vínculos emocionales con estos dos conceptos. Depositamos todas nuestras esperanzas en nuestras cosas y en los espacios y lugares en los que habitamos y por los que nos movemos y, a la vez, las cosas, los espacios y los lugares nos moldean, moldean nuestros yoes, nuestros cuerpos y nuestras emociones." (Lupton, 1998, p. 165-166)

Y si no, ¿cómo pueden utilizarse las mismas palabras para hablar con tus amantes y para describir champús, detergentes y leches en Tetra Brik? A diferencia de lo que nos dicta el sentido común, me parece que con esto no es que se trivialicen los sentimientos, al contrario, se les llena de contenido: uno quiere a su amante como quiere a un champú. La promesa del producto es también la promesa del amante. Con la diferencia de que el amante es más voluble, puesto que también tiene un interior que te puede fallar, mientras que el producto siempre es el mismo. En este sentido, el producto es más interesante. La compra compulsiva es descrita por algunos psicólogos como una conducta sustitutiva de relaciones, afectos, amores o quereres varios, pero desde el punto de vista del control social, es una conducta constitutiva de todo esto. La compra compulsiva surge de la comprensión de que el consumo constituye la garantía de una vida afectiva plena. Otra cosa es que el psicólogo considere, desde una moral mucho más racionalista, que ésta no es manera de vivir, pero esto es un prejuicio moral.

La complejidad radica en que no sólo consumimos objetos, sino que volvemos objeto todo aquello que consumimos: a nosotros mismos y a todo y todos los otros con quienes nos relacionamos. La emoción del consumo constituye consumidores al mismo tiempo que construye al resto del mundo en objetos de consumo, pero dentro del resto del mundo también están incluidos los consumidores.

3.2. El consumo de uno mismo

Algunos de los objetos que consumimos que al mismo tiempo nos convierten en objetos de consumo para nosotros mismos son los libros de autoayuda y de crecimiento personal. *Best-sellers* desde hace años, incluyendo los de inteligencia emocional, son libros de *management* de las emociones que nos permiten descubrirnos, predecirnos y controlarnos según nuestra conveniencia, o al menos moldearnos de acuerdo con el proyecto de nosotros mismos que tenemos y/o tienen los demás. Son libros para aprender a controlar las emociones, para aprender a comunicarlas adecuadamente, para entrenarnos en reconocer las situaciones propias e impropias para expresarlas. Lo implícito es que la emoción es intocable en su esencia y que, por lo tanto, lo único que podemos hacer es gestionarla. Vaya, como quien quiere domar un león sin que por este motivo deje de ser un león, porque en esto radica el espectáculo. Obviamente un león domado ya no es un león, pero es necesario que el espectador siga creyendo que lo es para mantener la tensión; ya se sabe que el espectáculo debe continuar. Con las emociones pasa lo mismo: se gestionan, se dice que se deben gestionar, pero manteniendo al mismo tiempo un discurso sobre su lado salvaje y primitivo nunca domesticable.

Esta dualidad permite su función primaria de instrumento de control social. Cuando es requerido por las telenovelas, culebrones, o la guerra, la emoción puede desplegarse salvajemente y sin control, y cuando no, ésta debe ser controlada por el bien de la sociedad en paz. La persona que se describe como emocional cumple exactamente estos requisitos, es adecuada para la socialidad (compasiva, abierta, expresiva), pero con una capacidad para el descontrol legitimada por la esencia de lo que es la emoción. La emoción se construye en las diferentes situaciones de consumo.

Podemos adaptarnos a la situación específica si elegimos bien los productos que debemos consumir en cada momento. Sin embargo, los manuales de autoayuda, los del desarrollo del potencial humano, tienen la *bondad* de guiarnos a lo largo de todas las situaciones, ya que su objetivo consiste en proporcionarnos las herramientas para diseñarnos y esculpirnos de acuerdo a cada momento dado. Nos convertimos en *objeto* para poder llegar a ser mejores *sujetos*.

Otra de las maneras de objetivarnos está relacionada con nuestro culto al cuerpo. Aún recordamos una serie de anuncios que tuvieron y siguen teniendo un gran impacto entre hombres y mujeres del mundo globalizado: los anuncios televisados de la Coca-Cola Light.

El culto al cuerpo como el consumo de uno mismo

Mujer: "Mi cuerpo, yo vivo en él, no conozco un lugar mejor para vivir, me gusta, por eso lo cuido".

Voz de hombre: "Pechuga de pavo Campofrío".

Voz de mujer: "Es tu cuerpo. Cuídalo".

En el primero, un grupo de mujeres trabajadoras de oficina esperan ansiosas que llegue la hora del almuerzo de los trabajadores de la construcción del edificio de enfrente. A esta hora se amontonan todas rápidamente en la ventana para ver a un chico guapísimo y

sudado tomarse su Coca-Cola Light. En el segundo, el chico en cuestión es el repartidor de Coca-Cola Light que llega a la oficina. Justo antes de su llegada, las trabajadoras esconden todo indicio que pueda delatarlas como mujeres casadas (anillos, fotos). En el tercero, la chica que bebe Coca-Cola Light hace que se caiga en un barranco el coche del chico que le gusta y luego se ofrece "ingenuamente" a llevarlo.

Lo interesante de esta serie de anuncios son dos cosas obvias y su relación, menos obvia. La primera obviedad es el modelo de mujer que presenta: una mujer activa e independiente que controla su vida. Esto se ve en su carácter de trabajadoras, pero sobre todo en su capacidad de sentir un deseo al "estilo masculino". En ese sentido, llegan a mentir para obtener a su objeto sexual o como mínimo, en una interpretación menos literal, son capaces de jugar al juego de la seducción tal y como lo juegan los hombres. Se trata de una mujer que opta por un tipo de deseo, que controla su vida afectiva. La segunda obviedad es que estas mujeres tienen en común el ser consumidoras de Coca-Cola Light.

Como se puede apreciar, la unión de estos dos puntos da como resultado que la mujer que controla su vida **debe** controlar también su cuerpo. De manera que, otra vez, en la mujer la construcción del *self* va vinculada a la construcción de su cuerpo.

Producto adelgazante Bon Korets

Tal y como comenta Susan Bordo (1997), la anorexia podría estar relacionada con la constitución en la mujer de un ideal sobredeterminado de control siguiendo el modelo masculino. De esta manera, la mujer quiere controlar algo de su vida. Al no encontrar esta capacidad de control público en casi ningún aspecto de su cotidianeidad, ve reducida la posibilidad de control a su cuerpo.

Siempre que se habla de lo social y de cómo esto conforma a los sujetos, el cuerpo parece un límite que no se puede traspasar y que existe a pesar de que lo interpretemos de tal o cual manera. Parece que es una realidad aplastante que puede ser vista desde diferentes puntos de vista, pero nunca dejada de ver porque *está ahí* y esto es innegable.

Producto adelgazante Calprim

"Por supuesto, cuando se afirma que la *realidad* no existe a no ser como resultante de nuestras prácticas de construcción de la realidad y de todas aquellas características propias (biológicas, sociales, etc.) que conforman precisamente 'nuestra perspectiva' se corre el riesgo de ser tildado de 'idealista' y de 'solipsista'. ¿Acaso no existen los árboles? ¿Acaso no existen los rayos y truenos? ¿Acaso no hay por ahí paranoicos y depresivos? Está claro que todo esto existe con total independencia de lo que pueda pensar, decir, o desear cualquiera de nosotros individualmente considerado. Sin embargo todo esto existe porque lo hemos construido como tal, colectivamente, a través de un largo proceso histórico íntimamente relacionado con nuestra características en tanto que seres humanos." (Ibáñez, 1994, p. 252)

El hecho es que lo que está ahí, estos cuerpos con todos sus órganos vitales, se construyen socialmente, no hay nada natural. Basta con mirar los diferentes injertos que nos permiten tener sandías sin pepitas, árboles frutales a la altura del que cosecha y cerdos y gallinas a la altura de nuestras necesidades, o emociones como la vergüenza ajena y el amor, que sonrojan, palpitan, sudan y palidecen. ¿Por qué entonces nos parece tan poco verosímil o tan difícil de aceptar que

construimos nuestros cuerpos, nuestras sensaciones más íntimas y orgánicas y mantenemos y reproducimos sus potencialidades y límites más evidentes? Como dice Colette Guillaumin (1992), ¡cómo se va a mover igual una niña que un niño que viste completamente diferente que ella! ¡No se puede saltar una barda con una faldita!

> "Las faldas, destinadas a mantener a las mujeres en estados de accesibilidad sexual permanente, permiten la conversión de las caídas (o de simples posturas atípicas) en más penosas para el amor propio de lo que ya son, e instalan mejor la dependencia a través del miedo mantenido insidiosamente (una no piensa cuánto) a las pérdidas de equilibrio junto con los riesgos de moverse en libertad. La atención que debe conservarse sobre el propio cuerpo está garantizada, puesto que no está protegido, sino todo lo contrario, ofrecido gracias a esta pieza de vestir hecha con astucia, especie de volante alrededor del sexo, fijado a la cintura cual pantalla de lámpara." (Guillaumin, 1992, p. 86).

Tampoco se puede ser igual de fuerte si se juega con muñecas o si se salta, se brinca y se corre por todos lados. Es evidente que la *raza blanca* es más alta y *sana* debido a la calidad y cantidad de los alimentos que consume y que, en general, su calidad de vida es diez veces mejor que la de las *razas inferiores* del Tercer Mundo, que sólo pueden tener en su dieta un alimento de uno de los grupos alimentarios cada vez. También es cierto que los cuerpos nos pertenecen, nos permiten negociar con los otros y son constructores de nuestras relaciones, pero lo hacen mediante las interpretaciones que tenemos y que les permitimos practicar.

No quiere decir esto que todo sea *cognitivo,* y que prime el raciocinio sobre el resto de nosotros mismos, sino que hay que hacer una distinción entre la carne y el cuerpo (Guillaumin, 1992), o como decimos ahora en términos informáticos, entre el soporte y la información. Esto podría parecer un punto de vista tradicional sobre el cuerpo, en el que se le considera un mero contenedor y realizador de la actividad mental, que es la importante. Sin embargo, el punto de vista construccionista va más allá, ya que no existe esta dualidad mente–cuerpo, y no se pueden separar de entrada.

Body building

El hecho de que haya un punto de vista y una interpretación efectivamente requiere un soporte biológico para lo que denominamos *mente*, pero no se reduce a esto y, de hecho, su práctica requiere también todo el soporte de la supuesta dualidad mente-cuerpo.

Lo que hay que entender es que, puesto que efectivamente hemos construido dicha dualidad y la mantenemos y reproducimos, empíricamente en muchos casos la mente actúa separada del cuerpo, y muchas de las consideradas patologías actuales, incluida la anorexia, tan de moda entre los jóvenes, operan bajo este principio. La víctima de la anorexia se siente profundamente disociada de su cuerpo, hasta el punto de que necesita controlarlo totalmente y le niega cualquier interferencia con su *mente*.

Ella se ve gorda cuando los demás la vemos delgada, porque tenga el grosor que tenga su cuerpo, éste siempre sobra. Su máxima felicidad sería desprender-

se de esa molestia que es el cuerpo, pasar a ser transparente, espíritu puro, y de hecho algunas casi lo consiguen. Tal dualidad ha sido promovida para la ciencia como la única manera posible de hacerla, se es científico en primer término si se consigue dejar fuera los propios sentimientos y principios y si aquello que investigamos no tiene nada que ver con nuestros propios intereses o emociones. Los conceptos se han definido en oposición a las sensaciones (Turner citado por Shilling, 1993).

Sin embargo, ahora se han vuelto a poner de moda las emociones gracias a su reubicación en el mundo social como productos de consumo.

El hecho de que antes se las hiciera salir estaba relacionado con su escasa rentabilidad y con su interferencia en el mundo de la producción y lo aséptico, pues distraían a los hombres de sus actividades objetivas y les hacían perder el tiempo en sensiblerías y romanticismos varios. Sin embargo, una vez puestas a disposición del consumo, vuelven a circular, sobre todo por aquello de la inteligencia emocional, que permite gestionar el *self* y sacar el máximo partido de las relaciones interpersonales para triunfar en el mundo de los *yuppies*, aunque no se viva en el mismo, ni se conozca de lejos siquiera.

> "Juan Manuel Iranzo explica excelentemente el *espíritu Golemaniano*: Los sujetos de dirección interna, y especialmente aquellos más próximos al tipo de la 'ética protestante', pueden identificarse inmediatamente con la conceptualización que Goleman hace de las emociones. Éstas son descritas casi como fenómenos meteorológicos, como si los sentimientos de fondo fueran una suerte de 'clima' psicológico y los sujetos mirasen su 'cielo psíquico' para observar 'desde fuera' el 'tiempo emotivo' que les acaece. Las emociones serían eventos caóticos, irracionales y, aún peor, ambivalentes; y la forma de afrontarlas es someterlas a control racional. La ambivalencia de las emociones se pone de relieve cuando se plantea que pueden oscilar entre el extremo positivo del 'flujo' (el olvido de sí mismo que se produce en un momento de intensa y placentera concentración en una actividad que constituye nuclearmente al sujeto –su vocación en ese instante–) y el extremo negativo del 'rapto' (la desaparición del yo arrastrado por la respuesta ciegamente pasional a una emoción desbordada, especialmente de ira, miedo, tristeza o repugnancia). La meta del sujeto prudente consiste normalmente, aparte de perseguir instantes gloriosos de flujo, en mantener bajo control las emociones. Para ello debe forjar un carácter cuyos rasgos básicos serían la capacidad de motivarse y guiarse uno mismo a fin de superar los malos momentos y capitalizar los buenos, la capacidad para demorar la gratificación inmediata y controlar y canalizar provechosamente los impulsos, y la capacidad de percibir los propios sentimientos y empatizar con los de los demás para lograr establecer vínculos con los otros basados en el respeto hacia los iguales y la compasión y el altruismo hacia los que están peor que uno mismo." (Iranzo, 1998, p. 9).

> Las peores expectativas se confirman en el segundo volumen de la *Inteligencia Emocional*, cuyo título ya incluye explícitamente la palabra *trabajo*, y no es casualidad, porque trata de cómo cultivar las emociones con la finalidad de expandirse en el trabajo (podéis ver Goleman, 1998).

Además, aquellos que no puedan expresar sus emociones, no las conozcan y quieran hacerlas aflorar, siempre pueden consumir a los distintos profesionales especializados en encontrarlas en su verdadero interior. Sin embargo, puesto que el empiricismo necesita pruebas, el bienestar emocional tiene que notarse en el exterior, debe verse reflejado en el cuerpo, y no basta con los ojos que antes eran los espejos del alma; ahora es mejor si se puede lucir un buen palmito y una talla 36 y parecer saludable, en el caso de las mujeres.

Después de que las grandes narrativas y la militancia dejaran de ser proyectos de vida válidos para vivir una vida que valiera la pena, el consumo de emociones y las emociones de consumo (por ejemplo, mediante las ONG, el cuidado del ecosistema, o el control del cuerpo) han ocupado el tiempo libre del mundo occidental.

Junto con la oferta de emociones a la carta –dispuestas en paquetes de alegría, humor, odio, acción, violencia, intriga etc., con formato películas, juegos virtuales, deportes de salón, *raves* con drogas de diseño, moda y rayos uva con masajes a mil (antiguamente pesetas)–, el cuerpo mismo comparte con las emociones la calidad de objeto de consumo.

Objeto hasta el punto de que puede comprarse para contemplarse: como hacen la pornografía y sus derivados, tan heterogéneos como los concursos de belleza y *Los vigilantes de la playa*. Al igual que las emociones, el cuerpo también se ha puesto de moda nuevamente porque se requiere tal cantidad de productos, objetos y escenografías para tener un cuerpo *natural, sano y ecológico* que es completamente rentable. Los espacios escaparate para lucirlos y los indispensables para "relacionarse" con otros cuerpos también se cobran –discotecas, centros comerciales, bares, etc.–, y puesto que una imagen vale más que mil palabras, la cirugía plástica, los gimnasios, los pasillos de alimentos dietéticos y toda la industria cosmética tienen mucho que ofrecer.

Es decir, ahora los cuerpos están mucho más presentes en la cotidianeidad y en el análisis social, porque más que nunca no son nuestros cuerpos. Nos tenemos que trabajar los cuerpos, nos los tenemos que hacer a medida, pero resulta que no como una construcción del *cuidado de sí* (Foucault, 1990), con lo que estaríamos de acuerdo, sino a la medida del resto de los objetos de consumo, con los estándares necesarios para ser deseados por cualquier consumidor competente.

Recordemos un anuncio...

... que probablemente sería tildado de "antirracista" por su brillante creador. Dicho anuncio muestra un montón de cuerpos de diferentes razas y una voz que dice que no importa el color de la piel, sino que ésta esté bien hidratada con la crema tal. Actualmente el que es marginado es aquel que no es capaz ni de cuidar su propio cuerpo. De ahí el asco hacia los indigentes y su mal olor, que ya no se funda en su falta de trabajo ni en su pertenencia a una clase social inferior, sino a su falta de cuidado corporal.

De esta manera, ocupados en nuestros cuerpos y con los deseos instaurados de no hacer otra cosa que ocuparnos de ellos, no ya para ser amados o cuidados por otros cuerpos, sino sólo para ser consumidos (exhibidos, para ser admirados por cuerpos diferentes al nuestro y para admirar los cuerpos ajenos a modo de perfeccionar nuestra propia técnica de cuidado), ejercemos control sobre nuestros cuerpos. Es difícil arriesgarse a la tortura, a la huelga de hambre, a ser golpeado en una manifestación, o a ser vulnerable a las balas o algo similar, cuando se está tan en contacto con el cuerpo y su belleza.

El cuerpo es un dispositivo de control social. Y esto es un efecto de considerar a los cuerpos como los contenedores de las emociones, lo cual sitúa al cuerpo en el mismo nivel que ellas, por lo que es igualmente despreciado. Uno de los ejemplos más evidentes de desprecio, a mi entender, es el discurso de que el cuerpo es un hecho meramente biológico, puesto que niega sus posibilidades de cambio.

Esto ha permitido asumir como naturales todas las desigualdades y jerarquías políticas y sociales. La evidencia de cuerpos diferentes, más resistentes, más fuertes, más sanos que otros ha permitido legitimar estas diferencias y generar una serie de prácticas sociales destinadas a crear y mantener dichas diferencias y su apariencia de naturalidad.

Lectura recomendada

Para profundizar en el control de las instituciones sobre los cuerpos, esta obra es un precedente brillante:

M. Foucault (1988). *Vigilar y castigar* (ed. original 1975). México: Siglo XXI.

No siempre dichas diferencias se han concebido como inscritas y permanentes en los cuerpos; más bien es la ciencia la que al basar las diferencias en términos biológicos, en lo genético, y aun existiendo una posible explicación social para algún hecho de diferencia, se empeña en encontrar el gen que lo justifique.

También la religión contribuyó a esto, y puso en el mismo saco las emociones, la sexualidad y todas las debilidades de la carne como fuerzas incontrolables contra las cuales había que luchar y contra las que ésta era la única salida válida para congraciarse con el todopoderoso y la moral.

Un ejemplo más de que la mente es lo único que habitualmente importa lo ofrece una película de Disney cuyo título no recuerdo, pero con el tema típico de madre e hija incapaces de comprender sus respectivas vidas y que intercambian sus cuerpos por un azar de la energía cósmica. El tema es tópico: aparece en otras películas, si bien en las variantes de novio y novia, libros para niños y dibujos animados del demonio de Tasmania. En todas las mismas se desprende que el verdadero *yo* es la *mente*, la cual se ve de repente atrapada en otro cuerpo que no sabe qué hacer, porque por sí mismo no ha aprendido nada. No puede moverse de ninguna manera que no dependa directamente de lo que la *mente* sabe y es capaz de ejecutar. Así pues, la hija atrapada en el cuerpo de la madre es incapaz de caminar con los zapatos de tacón que lleva puestos y seguramente (aunque esto no sale en la película de Disney), la madre atrapada en el cuerpo de la hija podría hacer el amor con su novio adolescente sin ningún problema porque no sería su primera vez.

Por todo esto, la única recuperación del cuerpo (y de las emociones) que se oferta como viable pasa por la opción del consumo, ya sea este último ecologista o *yuppie*. Si se prima el cuerpo por encima de la interpretación, aunque se reconozca la presencia ineludible de algunos cuerpos para posibilitarla, se retira lo social de uno de sus espacios de poder más obvios y, por lo tanto, se pierden las posibilidades de transformación.

Cómo dice Foucault, "sin duda el objetivo principal en estos días no es descubrir lo que somos sino rechazar lo que somos" (Foucault, 1990).

Evitar las categorías impuestas como leyes de verdad. Rebelarse contra las mismas, aunque sea para caer en otras categorías, permite al sujeto participar en su proceso de *subjetivación*. En cambio, en estos momentos se impone aún el socrático conócete a ti mismo en lugar del cuida de ti mismo al que aspiraba Foucault.

"Existen varias razones por las cuales el 'Conócete a ti mismo' ha oscurecido el 'Cuídate a ti mismo'. En primer lugar ha habido una profunda transformación en los principios morales de ella sociedad occidental. Nos resulta difícil fundar una moralidad rigurosa y principios austeros en el precepto de que debemos ocuparnos de nosotros mismos más que de ninguna otra cosa en el mundo. Nos inclinamos más bien a considerar el cuidarnos como una inmo-

ralidad y una forma de escapar a toda posible regla. Hemos heredado la tradición de moralidad cristiana que convierte la renuncia de sí en principio de salvación. Conocerse a sí mismo era paradójicamente la manera de renunciar a sí mismo. […] El 'Conócete a ti mismo' ha oscurecido al 'Preocúpate de ti mismo', porque nuestra moralidad insiste en que lo que se debe rechazar es el sujeto. […] En la cultura grecorromana el conocimiento de sí se presentaba como la consecuencia de la preocupación por sí. En el mundo moderno, el conocimiento de sí constituye el principio fundamental." (Foucault, 1990, p. 54-55)

La gestión del cuerpo y de las emociones sigue pasando por los supuestos conocimientos objetivados de uno mismo que proporcionan las diferentes corrientes humanistas. Así, el cuerpo en gestión es un cuerpo en conocimiento más que un cuerpo en movimiento que se construye a sí mismo al rechazar las categorías impuestas. El efecto de todo esto es otra vez la naturalización de las categorías, puesto que sólo deben ser conocidas. Como se deja claro en el construccionismo, mediante la retórica del conocimiento sólo se puede conocer lo preexistente. Se conoce lo desconocido, pero no lo inexistente.

Actualmente, el cuerpo lo hemos construido como el límite y mediador entre una cosa que hay dentro que denominamos *individuo* y otra cosa que hay fuera a la que llamamos *sociedad*. Si lo que hay dentro corresponde a los estereotipos deseados fuera, entonces estamos frente a un individuo normal, afortunado y feliz; si no es así, estamos ante un individuo con problemas que se expresan en su cuerpo o directamente con su cuerpo. Hoy por hoy, el cuerpo sirve para hacer evidente, según el modo de pensar individualista, que cada cabeza es un mundo, porque el límite del mundo está en el límite físico de la cabeza misma, la frontera con los otros, y por tanto la intimidad está en la piel y en el cuerpo. De esta manera se hace empíricamente evidente que el mundo está compuesto por individuos, por cuerpos y que lo social sólo puede ser la suma de ellos o sólo puede ser un factor que moldea y los afecta.

Como ejemplifica excelentemente Ian Burkitt (1999), en la sociedad occidental estamos llenos de experiencias cotidianas en las cuales es un hecho que nos vivimos disociados entre mente y cuerpo. Él pone los ejemplos de alguien que ha perdido alguno de los miembros del cuerpo pero considera que su personalidad no se ha inmutado, de la gente que envejece y considera que su verdadero yo es un alma joven que está dentro de ellos, o de aquellos que han muerto cerebralmente y que aunque su cuerpo siga vivo, se les considera vegetales porque lo único importante de verdad es la mente. Ejemplos excelentes que él ubica como prueba de la concepción cartesiana del cuerpo y en la que quiere recuperar al cuerpo como soporte material que nos permite ser personas en lo social, porque nos permite sentir, oler, ver, experimentar, etc., y de esta manera pretende recuperar al cuerpo como la condición de posibilidad de ser social.

Con esto estaríamos de acuerdo, pero también sabemos que hay un montón de cuerpos que no utilizan su soporte de la misma manera, y esto debería prevenirnos de realizar análisis hasta cierto punto etnocéntricos; no todo el mundo respeta su cuerpo de la misma manera, hay gente que se flagela, indios que se perforan los pezones o hasta gente que ¡no se lava! Hay más utilizaciones de nuestros soportes de las que estamos dispuestos a reconocer. Justo lo que es impresionante es que el consumo como dispositivo de control social homogenice tanto que podamos reconocer el *consumo de uno mismo* bastante globalmente.

Claro que hay espacio para la resistencia, y que aquellos cuerpos que no son tipo *top model* pueden posibilitar un cuestionamiento y, como dice Shilling (1993): "permitir a la gente intervenir y cambiar el flujo de la vida diaria", pero el cuerpo no condiciona este hecho ni el contrario. Lo que va generando las posibilidades de transformación no son los cuerpos, sino los diferentes discursos en conflicto con sus afectividades y sus cuerpos asociados. Aquello que se hace necesario es, pues, construir un discurso alternativo al del consumo de uno mismo.

El ejemplo más a mano es...

... el de mi embarazo, del cual no sentí absolutamente nada hasta que no lo supe, entre otras cosas porque tampoco tenía acceso a todas las narrativas de las cosas que se deben notar y sentir de "manera natural" en estos momentos. Lo curioso es que paralelamente al discurso de que debes sentir cosas, sobre todo si ya tienes cinco meses de embarazo, vas oyendo que esto de no enterarse es mucho más común de lo que los discursos sobre la naturaleza maternal querrían, y que más de una mujer se ha escapado a tales narrativas. Sin embargo, esto no quiere decir que los cuerpos piensen o dejen de pensar tal cosa; lo posibilitan, igual que el pulgar posibilitó escribir, pero no lo condicionan. No todo embarazo tiene que provocar las mismas emociones y, de hecho, no las provoca.

3.3. El consumo de los otros

En nuestro sentido común no cabe la menor duda de que hay cosas que no se pueden describir con palabras y cosas que sí que son nombrables y fácilmente descriptibles. Nunca somos conscientes de todas las palabras y todas las acciones que ponemos en práctica para que esto sea verdad. Y en tanto que lo acaba siendo, gracias a nuestras prácticas sociales, efectivamente no podemos poner en palabras nuestras emociones para compartirlas o comunicarlas a los demás. Por este motivo nos tienden una gran cantidad de *puentes consumo* que conectan muy eficazmente palabras y emociones, y las hacen así accesibles para quienes nos rodean, pero sobre todo para nosotros mismos.

De esto son ejemplo los excelentes anuncios de BMW, en los que queda muy claro que, a los hombres, la irracionalidad que no sólo se les permite sino que se les promueve es la de comprarse un coche.

En uno vemos a un hombre blanco, europeo, de mediana edad, presumiblemente maduro y equilibrado, y que enumera las razones por las cuales ha adquirido todas sus posesiones. Así, afirma que tiene esa casa por su orientación: ni muy fría en invierno ni muy caliente en verano. Tiene dos hijos porque ha elegido entre la soledad de uno y el excesivo alboroto de tres. Ha elegido a su esposa por su combinación de belleza, inteligencia y ternura. Y finalmente ha elegido aquel coche porque… Y tras un silencio absoluto, inmediatamente comienza a describir las cualidades del césped de su jardín. Con lo cual queda claro que para lo único que no tiene argumento es para el coche en cuestión, en un intento de generar el "sentimiento" de ternura hacia un hombre tan calculador que muestra su parte "femenina" en este caprichito que, por lo tanto, se merece.

A algunos...

... también nos puede generar el sentimiento de indignación por tratar a los miembros de su familia como objetos de consumo, pero qué vamos a hacer: así son las cosas hoy en día.

El otro anuncio, de la misma marca, apuesta aún más fuerte, porque pasa directamente a la puesta en escena de la irracionalidad masculina, y nos muestra en vivo y en directo a un hombre haciendo el tonto. Se encuentra en el comedor de su casa, rodeado de niños de todas las edades. La mujer atiende al bebé y sirve desayunos a diestro y siniestro, mientras él da sorbitos de café y llama a los afortunados hijos que tendrán la posibilidad de ser llevados a la escuela en este momento. Después regresa, da otro sorbito a su café y lleva a otros críos a la escuela, y así sucesivamente, hasta que por fin puede salir con la mujer y

el bebé. Es entonces cuando vemos el coche: como podemos deducir, pequeño, y no sólo completamente inadecuado para sus necesidades: además, su mantenimiento le hace la vida imposible. Sin embargo, puesto que "Se escapa a la razón" (lema del anuncio), está justificado que hasta a un hombre le pase, pero sólo con los automóviles, nunca con las labores del hogar o con el cuidado de sus hijos, por ejemplo...

Ahora bien, esto son emociones de consumo, y lo hemos hecho tan bien que creemos que no se pueden explicar, y que no tienen que ver con el lenguaje, aun después de ver lo que dicen y hacen los protagonistas de estos anuncios. ¿Cómo entonces resultan tan evidentemente discursivos? El truco está en hacer ver que el discurso de estos anuncios esta básicamente compuesto por imágenes y que, por lo tanto, no es lingüístico, como si éstas dijeran algo por sí mismas y sin ayuda del contexto y el sentido cotidiano que les proporcionan sus significados. Sin embargo, éste es el truco del nuevo milenio: hacernos pensar que las imágenes, los cuerpos o el consumo están fuera del discurso.

También las "bajas pasiones" que recreamos en las fantasías eróticas se nos venden como emociones fuera del discurso. A partir de dar por hecho el amor verdadero, se mantiene la creencia de que las fantasías sólo son necesarias a aquellas personas insatisfechas con su vida sexual. El imperativo del individuo, la imposibilidad de establecer relaciones de conveniencia y el amor romántico, entre otras cosas, sólo posibilitan las relaciones con los otros y con lo otro mediante fantasías de consumo.

En un artículo reciente sobre el tema de las fantasías, por supuesto, estadounidense, se afirma que el 95% de los hombres y mujeres tienen fantasías sexuales. Sin embargo, al contrario de lo que podríamos pensar de entrada, anuncian que no son un signo de insatisfacción sexual o de cualquier patología (por favor, hay que destacar la relación entre los dos términos), sino que se dan en la gente con menos problemas sexuales.

Lectura recomendada

Artículo sobre las fantasías sexuales:

H. Leotenberg y K. Henin (1995). Sexual Phantasy. *Psychological Bulletin,* 117(3). Citado en Maltz y Boss, 1998.

Es inevitable, puesto que el sexo de consumo no es el que nos puede ofrecer nuestra pareja, aunque de seguir los consejos de los sexólogos televisivos cada vez será más así, puesto que nos sentiremos capaces de sorprender a la pareja con la realización de sus fantasías más íntimas, por más humillantes y degradantes que éstas sean o por cursis que le resulten. Lamentablemente, en cuanto se pregunta por el origen de estas fantasías, la respuesta sólo se da en términos individuales, relatando la historia particular de cada hombre o mujer: que si vivía en la playa, que si un pariente le tocó, que si le castigaron en el colegio, etc. Nada que pueda hacer sospechar que una estructura de relaciones de género montada sobre lo emocional se halla detrás ya no sólo de determinadas fantasías, sino de la necesidad de la fantasía para culminar una relación sexual... ¿con otra persona?

Está claro que debe haber fantasías de todo tipo, pero una mirada a las más comunes y comúnmente promovidas en la cultura erótica (literatura, filmografía, pintura etc.) nos deja como denominador común la propiedad y la objetivación del otro en aras de la propia satisfacción. La pasión y las fantasías que la alimentan se suponen individuales, suposición difícilmente sostenible si pensamos que *afecta* a un porcentaje más que significativo de la población. La propiedad, como las leyendas sobre avaros demuestran, no es sólo una condición jurídica, sino también una emoción, la emoción de consumo por definición. De ahí que cuando el hombre se da cuenta de que aquello que considera regalado o vendido, una mujer por ejemplo, posee una autonomía personal más allá de la que le permite ir de compras y recoger a los niños sin molestarlo, se sienta ofuscado. El hombre que tiene en propiedad a una mujer difícilmente puede hacer otra cosa que consumirla, y si no funciona, arreglarla a golpes, que es como se arreglan todos los enseres domésticos cuando se descomponen.

¿Por qué necesitamos fantasías?

El único juicio de valor que se halla en estas líneas es sobre la manera en la que se disimulan las relaciones de género. En ningún caso debe interpretarse que se juzga incorrecto que la gente se relacione o deje de relacionarse mediante fantasías sexuales; la verdad es que es igual de fantasioso pretender que sin fantasías uno se relaciona auténticamente con el otro, dado que esto supondría pensar que hay en el otro una verdad accesible.

Resumen

En este módulo hemos visto cómo las emociones funcionan como dispositivo de control social en tanto que reproductoras de la estructura social, pero también como posibilitadoras de la transformación social. La gente se apropia de las normas culturales, pero no de manera pasiva. Reflexiona y actúa con el fin de resolver las contradicciones y para producir inteligibilidad a medida que construye sus identidades. Los individuos reproducen la estructura social porque tienen libertad de acción; la noción de libertad individual es básica para entender el desarrollo de lo emocional en nuestro tiempo, ya que *el juego* de las emociones tiene más consecuencias personales y sociales que ningún otro. Una descalificación emocional lo descalifica a uno como persona. No es casualidad que las emociones adecuadas se correspondan a los valores dominantes de la sociedad.

Después hemos propuesto el estudio del consumo como una emoción emergente. La relevancia que tiene pensar en el consumo viene dada por su carácter central en las relaciones sociales contemporáneas (Bauman, 1999). El consumo configura el tipo de relaciones que las personas estamos dispuestas a establecer en la mayor parte de los aspectos de nuestra vida cotidiana. Si bien en la sociedad moderna o industrial el consumo sólo era necesario para mantener la producción, que era la verdadera responsable de la identidad de los trabajadores, en la sociedad posmoderna o de la información el consumo ya es necesario para configurar las identidades. Sin consumo no hay identidad. El consumo ya no es solamente una relación anecdótica entre la persona y los objetos que posee, sino una relación fundamental mediante la cual el sujeto se define a sí mismo como *consumidor* y al resto del mundo como *objetos de consumo*.

Esto es lo que permite entender de qué manera el consumo se ha *naturalizado*, ha pasado de necesidad estructural a necesidad vital. La vieja idea del consumo racional del *homo economicus* no sirve para comprender la fuerza del consumo a la hora de penetrar en todos y cada uno de los espacios de la vida. Solamente una comprensión de los procesos que han convertido el consumo en una nueva emoción puede proporcionarnos las herramientas para entender su lógica, y decidir si sucumbimos o no a sus cantos de sirena.

Propuestas de reflexión

1. ¿Cómo interviene el consumo, como proceso social, en la constitución de nuestros deseos y la transformación de nuestro cuerpo y de la relación con los otros y con nosotros mismos?

2. ¿Cómo explicaríais, con vuestras palabras, esta afirmación?: "El consumo de emociones y las emociones como consumo dan cuenta del proceso de creación y mantenimiento de nuestra sociedad actual".

3. Ejemplificad los supuestos siguientes:
- Las emociones son un dispositivo de control social.
- Las emociones construyen el género, el cuerpo y los deseos.
- El consumo es una emoción.
- Las emociones posibilitan que las personas actuemos con unos roles sociales determinados.

4. El consumo de objetos, el consumo de uno mismo y el consumo de los otros son:
- Conceptos psicosociales que explican determinados procesos colectivos.
- Hechos pasados, situados históricamente y socialmente, que ejemplifican los cambios en las relaciones sociales de hoy en día.
- Constructos heurísticos que permiten caracterizar la sociedad actual.

Argumentad la opinión que habéis elegido.

Glosario

Salvo los términos 'Reificar' y 'Dispositivo de control social', el resto de las definiciones son de V. Burr (1996). *Introducció al construccionisme social*. Barcelona: Editorial UOC / Proa.

cognitivismo *m* En el contexto de este texto, tesis según la cual la conducta individual e interpersonal es la expresión de procesos psicológicos, como el pensamiento, la percepción y el razonamiento.

construccionismo social *m* Podemos calificar de construccionista cualquier posición fundamentada en uno o más de los principios siguientes: 1. Hay que cuestionar las verdades aceptadas generalmente. 2. Hay que tener en cuenta la especificidad histórica y cultural del conocimiento. 3. Los procesos sociales sostienen el conocimiento. 4. El conocimiento y la acción social son inseparables. Se diferencia de la psicología tradicional en lo siguiente: 1. Antiesencialismo. 2. Antirrealismo. 3. Especificidad histórica y cultural del conocimiento. 4. El lenguaje como condición previa del pensamiento. 5. El lenguaje, forma de acción social. 6. Importancia de la interacción y de las prácticas sociales. 7. Importancia de los procesos.

desconstrucción *f* Análisis de un texto con la intención de poner de manifiesto los discursos y los sistemas de oposición que operan en el mismo.

discurso *m* Conjunto coherente y sistemático de las imágenes, metáforas y otros elementos que construyen un objeto de una manera determinada. 2. Intercambios orales entre personas.

dispositivo de control social *m* "Un conjunto decididamente heterogéneo, que comprende discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas; en resumen: los elementos del dispositivo pertenecen tanto a lo dicho como a lo no dicho. El dispositivo es la red que puede establecerse entre estos elementos." (Foucault, 1977, p. 128).

esencialismo *m* Punto de vista según el cual los objetos (incluyendo a las personas) tienen una naturaleza inherente y esencial, susceptible de ser descubierta.

posmordernismo *m* Reacción contra las grandes teorías y la investigación de la verdad, y afirmación de la validez de todos los puntos de vista.

reificar *v tr* Considerar alguna cosa abstracta como material y concreta, y actuar en consecuencia.

reflexividad *f* Aplicación de una teoría a la misma teoría y a las prácticas correspondientes (término utilizado por los autores construccionistas).

repertorio interpretativo *m* Conjunto de mecanismos lingüísticos a los que recurren los miembros de una determinada cultura para construir sus representaciones (término acuñado por Potter y Wetherell, 1987).

subjetividad *f* Término utilizado dentro del contexto del construccionismo social para hacer referencia al estado del *yo* o del concepto de persona. Sustituye a términos psicológicos tradicionales, como *personalidad* e *individuo*.

texto *m* Cosa capaz de generar lecturas e interpretaciones, como los escritos, las imágenes, la ropa, los edificios, la comida y los artículos de consumo.

Bibliografía

Barbalet, J. M. (2001). *Emotion, Social Theory, and Social Structure. A Macrosociological Approach*. Cambridge: Routledge.

Bartlett, F. C. (1995). *Recordar* (ed. original 1934). Madrid: Alianza Editorial.

Bauman, Z. (1999). *La globalización. Consecuencias humanas* (ed. original 1998). México: Fondo de Cultura Económica.

Beck, U. y Beck-Gernsheim, E. (1998). *El normal Caos del Amor*. Barcelona: El Roure.

Bordo, S. (1997). Anorexia nerviosa: psychopathology as the crystallization of culture. En M. Gergen y S. Davis (Eds.), *Towards a New Psychology of Gender: A Reader*. New York: Routledge.

Bourdieu, P. (1999). *Los intelectuales y la guerra* (documento electrónico). http://www.nettime.org/nettime.w3archive/199905/msg00315.html (1 junio 1999).

Burkitt, I. (1999). *Bodies of Thought. Embodiment, Identity and Modernity*. London: Sage.

Crawford, J. et al. (1992*). Emotion and Gender. Constructing Meaning from Memory*. London: Sage.

Foucault, M. (1977). *Historia de la sexualidad*. Vol. 1: *La voluntad de saber*. Madrid: Siglo XXI.

Foucault, M. (1988). *Vigilar y castigar* (ed. original 1975). México: Siglo XXI.

Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo*. Barcelona: Paidós / ICE-UAB.

García-Borés, P. et al. (1994). *Los "no-delincuentes". Cómo los ciudadanos entienden la criminalidad*. Barcelona: Fundació "la Caixa".

Goleman, D. (1998). *Working with emotional intelligence*. New York: Bantam Books.

Guillaumin, C. (1992). *Sexe, Race et Pratique du pouvoir. L'idée de Nature*. Paris: Côté-femmes.

Harré, R. (Ed.). (1988). *The Social Construction of Emotions* (ed. original 1986). Oxford: Basil Blackwell.

Ibáñez, T. (1994). *Psicología social construccionista*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.

Iranzo, J. M. (1998). *Emociones globales: la reconstrucción social de una teoría de las pasiones*. Ponencia presentada en el VI Congreso Español de Sociología, que tuvo lugar en La Coruña del 24 al 26 de septiembre.

León, E. (1994). Ontología y gnoseología de la racionalidad en Weber. *Círculos de reflexión latinoamericana en ciencias sociales. Cuestiones de teoría y método. Suplementos Anthropos*, 45, p. 95-101.

Lupton, D. (1998). *The emotional self*. London: Sage.

Maltz, W. y Boss, S. (1998). *El mundo íntimo de las fantasías sexuales femeninas*. Barcelona: Paidós.

Mêstrovi'c, S. G. (1997). *Postemotional Society*. London: Sage.

Picard, R. W. (1998). *Los ordenadores emocionales*. Barcelona: Ariel.

Préjean, M. (1994). *Sexes et Pouvoir. La construction sociale des corps et des émotions*. Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal.

Shilling, C. (1993). *The body and Social Theory*. London: Sage.

Skinner, B. F. (1984). *Walden Dos. Hacia una sociedad científicamente construida* (ed. original 1948). Barcelona: Martínez Roca.

Walkerdine, V. (1988). *The mastery of reason. Cognitive development and the production of rationality*. London: Routledge.

Williams, S. (2001). *Emotion and Social Theory*. London: Sage.