

# El consum com a emoció

Trets afectius de la societat del consum

Adriana Gil Juárez

PID\_00186228



# Índex

<b>Introducció</b> .....	5
<b>Objectius</b> .....	6
<b>1. Emocions com a dispositiu de control social</b> .....	7
1.1. Què es una emoció? .....	8
1.2. Discursos contemporanis sobre les emocions .....	11
1.3. Les emocions com a dispositiu de control social .....	13
<b>2. El consum és una emoció</b> .....	15
2.1. L'emoció vertadera és la que se sap vendre .....	16
2.2. La llei del desig .....	17
2.3. La passió <i>démodé</i> .....	18
2.4. Emocionar-se és cosa de dones, però seran compensades .....	19
2.5. La ciència és un discurs que consumim per a controlar les nostres emocions .....	21
2.6. El consum garanteix la individualitat .....	22
<b>3. El consum és un dispositiu de control social</b> .....	24
3.1. El consum d'objectes .....	24
3.2. El consum d'un mateix .....	25
3.3. El consum dels altres .....	32
<b>Resum</b> .....	35
<b>Activitats</b> .....	37
<b>Glossari</b> .....	38
<b>Bibliografia</b> .....	39



## Introducció

Les emocions són un dispositiu de control social i, per tant, un procés de reproducció de la societat tal com és convenient avui en dia. L'emoció també és poder: fa i desfà persones i silencia la seva recepta, mentre difon que es tracta d'una recepta secreta i antiga perquè la va fer la naturalesa i que, per a aprofitar-ne les bondats, s'ha d'incloure en recipients nobles anomenats *individus*, perquè en la nostra societat la configuració de les emocions les vincula al cos. I, sens dubte, una de les maneres més eficaces per a mantenir i reproduir cossos amb emocions individuals és el consum.

El consum requereix emoció, requereix ser un acte de plaer en si mateix per què l'economia no sigui tan *avorrida* i no calgui recórrer als brutals mètodes de la industrialització. Establir les relacions en termes de consum deixa molt clar que si volem veure alguna relació entre el nostre interior i el nostre exterior s'ha de pagar. És la via més fàcil i amena d'apropiació del món, fins i tot del mateix cos i de les mateixes emocions. Quina experiència hi ha més individual que comprar el que vulguem, quina llibertat de decisió hi ha més gran que escollir entre tota l'oferta del mercat, però sobretot, i més important, quina confirmació hi ha més continuada i contundent que existeixo com a individu individual. El consum d'emocions i les emocions com a consum donen compte del procés de creació i manteniment de la nostra societat actual.

En aquests dos paràgrafs teniu condensats, d'una manera ràpida i senzilla, tots els continguts i conceptes que s'exposen al llarg del mòdul. Potser en aquest moment no en podeu veure l'abast, però segurament, quan hàgiu estudiat tot el material i l'hàgiu relacionat amb tot el que heu après en l'àrea social i cultural d'aquesta llicenciatura, també el podreu enunciar d'una manera simple i breu.

## Objectius

Els objectius bàsics d'aquest mòdul són els següents:

- 1.** Entendre que les emocions són pràctiques socials que integren el conjunt de valors que funcionen en una societat determinada.
- 2.** Comprendre que en cada moment històric es genera un tipus de subjectivitat determinada i unes emocions que la sostenen i que, ara per ara, l'emoció predominant és el consum.
- 3.** Ser capaç d'identificar el consum com a dispositiu de control social.

## 1. Emocions com a dispositiu de control social

Com que assumim les emocions que experimentem com a part natural de la nostra rutina diària, difícilment les qüestionem, problematitzem o hi pensem. Gestionar-les és la mateixa vida, de la qual cadascú s'ocupa. Potser hi ha un sistema de control més eficaç? Ens sentim empesos a perfeccionar-les, conèixer-les (amb psiquiatres i manuals d'autoajuda) i invertir el que sigui per a poder viure-les i experimentar-les en plenitud, és a dir, per a fer una vida que valgui la pena viure. Ens inquieta sentir una cosa que no podem catalogar fàcilment com una emoció coneguda, perquè pot ser perillós, o símptoma que no som autèntics, o que ens enganyem a nosaltres mateixos, o que no estem en consonància amb la nostra naturalesa. Ara sabem que s'espera que estiguem en contacte amb les nostres emocions, que les deixem fluir, però també hem de conèixer les emocions dels altres, i parlar-ne constantment.

"- 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)

Naturalment, aquesta funció de control social té els seus avantatges. Les emocions es viuen com la possibilitat de transcendir la jerarquia i les normes momentàniament, com un respir en el control i la regulació, com el cap de setmana necessari per a recuperar forces i poder treballar la resta de la setmana de sol a sol. Segons en quines vides, certament, cal recuperar moltes energies i, per això, també es busca sentir i experimentar emocions de la manera més intensa i ràpida possible per a ser un mateix. Busquem consumir-les de manera eficient. Consum d'emocions fungibles i efímeres que ens agraden tant. Les emocions que realment ens relaxen en aquesta època tenen a veure amb l'abandonament del cos, amb deixar-se portar i allunyar-se de les rutines i la vida productiva per moments. Però a quin preu? La quantitat d'esforç, vigilància, gestió i control que hem de desenvolupar els individus, en forma de necessitat de sentir correctament, és a dir, de manera adequada al que s'espera de nosaltres en una situació determinada i també en les inesperades, és enorme i permanent.

### **1.1. Què es una emoció?**

Les emocions, els sentiments, les passions, els desitjos, les sensacions, etc. són socials. No hauríem de tenir la necessitat d'aclarir que en un determinat moment parlem de les emocions socialment, perquè sempre és així. Com a psicòlegs socials, hauríem de tenir clar que el que tenim entre mans quan parlem d'emocions no són trossos d'individualitat en carn viva, sinó la societat sencera posada en escena, en format persona i a mida, albir i context de cada cas específic. L'emoció no és una activitat fisiològica, tot i que aquesta última hi sigui present, igual que el llenguatge no és una activitat fisiològica, malgrat ser-hi present, i igual que el fet de menjar no és una activitat fisiològica, encara que la fam hi sigui present.

En primer lloc, perquè les emocions són produccions discursives. Les emocions es parlen o se silencien, però en el cas de les emocions hi ha un discurs sobre el silenci: per a no poder parlar d'alguna cosa tan quotidiana i tan present cal una intensa activitat discursiva. Que l'emoció té un discurs va més enllà de qualsevol dubte. Però l'emoció és un discurs? Evidentment, és exactament el que és. Emocionar-se requereix memòria, que també és social, negociació amb els altres i amb la resta que, per definició, és social i reflexió, que ens permeti de decidir si es tracta de l'emoció adequada o d'una situació adequada per a sentir-se emocionat (Crawford et al., 1992).



Emocionar-se requereix participar en una sèrie de pràctiques socials que de vegades són molt òbvies, com en els enterraments, i que en altres casos requereixen negociacions intenses, com en els abusos sexuals de menors. Entorn d'una mostra d'emoció es desenvolupa una intensa activitat social (fins i tot en el cas d'estar sol) destinada a orientar-la cap al que és més convenient, cosa que de vegades vol dir reprimir-la, negar-ne l'expressió fins a negar-ne la mateixa existència i, de vegades, vol dir fomentar-la, donar-li importància, fer que tots la vegin. En tots dos casos, serveix per a mantenir o canviar una determinada relació social, i per això també representa el que és veritablement l'individu que "la pateix".

Finalment, és social perquè pertany a l'àmbit simbòlic, adquireix significat en la interacció social i en les pràctiques que mantenen, reproduïxen i canvien la societat i les relacions de poder que la integren. L'emoció és un dels símbols més preuats del nostre llenguatge.

No és una icona, no aspira a representar res ni a assemblar-se a res, no és un índex, no és el reflex de cap moviment interior. L'emoció és, en si mateixa, un element més del nostre llenguatge. S'assembla més a les paraules que a les coses. El seu regne és el del significat i el del significat, pura societat, pura arbitrarietat, absència absoluta de referent. No prové de les profunditats de cap abisme interior, la seva característica més important és la superficialitat, la transparència absoluta a qui vulgui veure. Que hi hagi qui pateix en silenci no vol dir que el que senti sigui al seu interior, sinó que també hi ha qui és capaç de pensar en silenci, i per això no deixem de saber que pensa en una llengua concreta –català, espanyol, francès, etc.– i que, per tant, la seva activitat és clarament social.

Les emocions i la memòria es construeixen mútuament i de manera simultània. Les persones fem memòria en les narracions i històries que coproduïm amb els altres i que donen sentit a la nostra vida en aquell moment, que ens serveixen per a reinterpretar tot el que ha succeït i ens indiquen per on cal seguir, com ens hem de sentir i de quina manera ens sentirem després si fem el que hem planejat. En aquestes narracions i històries es donen les emocions, és a dir, són un dels espais on es construeixen. No precedeixen la seva narració ni han d'anar necessàriament després, però tampoc no són l'indicador puntual i efímer del sistema nerviós central que ens han volgut fer creure els psicòlegs. Passen en el mateix moment de la conversa, encara que transcorri en silenci... perquè el significat d'aquest silenci ja l'hem acordat lingüísticament.

La curiositat per un xicot o una que vam tenir, i del qual no en sabem res de fa temps, la nostàlgia de l'amor passat, la tristesa d'aquella mort... Tots entenem aquestes frases, el significat es pot negociar però no debatre eternament, no ofereix un ventall de possibilitats tan gran. L'acord sobre què és la tristesa, quan s'ha d'expressar o quan convé sentir-la si un es vol considerar a si



Tots sabem quines emocions s'adeqüen a cada situació.

mateix com a normal, arribarà aviat. Si més no a grans trets. Recordar és un dels moments que han d'incorporar una mica de nostàlgia, una mica d'alegria pels moments alegres i una mica de tristesa pels moments tristos. Com en la memòria –que no garanteix que les coses siguin realment com s'expliquen–, això no vol dir que en aquest moment passat el que es va sentir era tristesa i alegria realment. Pot ser que ni tan sols se sentís res especial, sinó que sigui precisament en recordar que s'insereixin trossos d'emoció perquè la situació estigui més d'acord amb el que hauria d'haver estat.

Però el camí no transcorre solament de la veritable emoció que es va sentir per a reconstruir el record. També passa a la inversa, com indiquen Crawford et al. (1992). La negociació d'una història i, finalment, el seu consens, impliquen la construcció de l'emoció com un element més. Parafraçant Bartlett (1995), es podria dir que l'emoció és, per tant, una construcció basada en gran part en un record, i el seu efecte general és una justificació d'aquest record.

En tant que pràctiques discursives d'acord amb unes determinades relacions de poder, les emocions són totalment contradictòries. Són, bàsicament, una contradicció que la majoria de vegades serveix per a despistar-nos i per a gastar molts diners en analistes, però aquesta contradicció permet que ens adonem de la seva intertextualitat. Una sèrie de "fragments" de diferents procedències, contradictoris entre si però coherents per separat, que sostenen coses com ara: "Jo no sóc racista, el meu millor amic és xinès, però a aquests moros cal posar-los un límit perquè ens estan deixant sense feina". Precisament aquesta característica és la que ens permet de donar sentit a les situacions de cada dia, i la que ens permet de matisar-les, retocar-les i transformar-les en un moment determinat.

Per què omplen de goig les carícies i les manyagues d'un pare, i tothom les celebra, mentre que les d'una mare al mateix infant en qüestió són objecte de la indiferència més rotunda dels que són testimonis d'alguna de les seves manifestacions? En teoria l'amor filial és igual aquí que a la Xina, i com a emoció només hauria de tenir certes i, naturalment, petites modificacions per part de l'entorn que l'envolta, però resulta que actualment l'amor d'un pare, patriarcalment parlant, com en el noranta-nou per cent dels casos, és un regal, un favor, una sorpresa, una raresa, i confirma el refrany que com més curt, millor, és a dir, que al pot petit hi ha la bona confitura. En canvi, l'amor d'una mare és el mínim que pot fer pel seu petit, pel "nadó del seu amor", pel "sol de la seva vida", i la seva obligació més evident, perquè sense el nen no es desenvoluparia convenientment –biològicament i psicològicament parlant– i patiria traumes fora mida que desembocarien en una sociopatia o una malaltia qualsevol. Per tant, l'amor d'una mare no és una cosa que s'hagi d'agrair, sinó que cal esperar i recriminar-ne, si cal, la manca, que és el que no passa desapercebut. No es premia qui el dóna, però sí que se'l castiga si no en dóna



Aigua Solares, 1972

prou, de manera legal, moral, física, social i "psicològica". Per tant, això que l'amor és una emoció igual i comuna a tots... no sé ni si supera una mínima anàlisi de gènere o històrica o política qualsevol...

Recapitulant: les emocions són pràctiques discursives que mantenen, reproduïxen i poden canviar les relacions socials en un moment històric determinat. Actualment ens construeixen com a individus, però això no és immutable. Per tant, hi ha la possibilitat d'apostar per una nova subjectivitat.

En la pràctica quotidiana, apel·lar a un mateix, al que s'és en un moment determinat, no té a veure necessàriament amb les emocions, no val parlar en nom del que sentim de debò i que no podem deixar de fer per més que vulguem, i que ser sincer amb alguna cosa o amb algú vol dir fer-los partícips dels nostres sentiments més íntims. La felicitat no ha de ser l'èxit i la independència tant sí com no, ni la tristesa i la humiliació han d'estar relacionades amb la dependència i la vida en col·lectiu. Els valors sobre els quals ens construïm a nosaltres mateixos s'han d'argumentar i contraargumentar cada vegada que calgui i, naturalment, han de ser completament relatius.

## 1.2. Discursos contemporanis sobre les emocions

Més que interessar-nos per saber què és l'emoció en la psicologia o dins de la psicologia social, és a dir, per quines són les seves definicions, el que és interessant de les emocions és el fet que la seva pròpia explicació, narració i definició envers nosaltres mateixos i els altres, és el mateix projecte de subjectivitat social en construcció. És com es va definint el col·lectiu o, en el nostre cas, l'individu o la persona. Evidentment, aquí i ara una emoció implica sensacions físiques, el cos i altres reaccions biològiques, però el fet que ho interpretem com una emoció en prova la construcció social, perquè no fem el mateix amb la sensació de fam o picor, perquè el context ens diu si el que sentim és fam o bé si hem vist l'amor de la nostra vida.

Quan pensem en les emocions, el que volem saber és: el que la gent pensa que són les emocions, com diu que les experimenta, d'on creu que vénen, si considera que s'han de controlar i, si és així, quines són les més difícils i les més fàcils de controlar, si la gent es diferencia per la manera com sent i expressa les emocions, què passa quan no s'expressen, per a què serveixen, quina és la seva experiència particular sobre el tema, si es consideren a si mateixos persones emotives, si han perdut el control de les emocions alguna vegada, el seu record més recent sobre una experiència emocional intensa i, finalment, si hi ha algun patró d'expressió de les emocions que caracteritzi la seva família. Però si ens hi fixem, les mateixes preguntes juguen amb l'element implícit que les emocions són susceptibles de ser controlades: que la manera d'expressar-les i experimentar-les genera una identitat diferenciada de la resta, i això ens

proporciona el caràcter d'individus autònoms; que deixen marques en la memòria; que és una cosa que s'ha de treure, perquè a dins es podreix i ens provoca malalties emocionals, i que sembla que hi ha certs patrons socials, o si més no familiars, que en regulen l'expressió. Aquests implícits, justament, són els discursos quotidians sobre les emocions.

Val la pena repassar aquests discursos sumàriament:

**1) L'emoció com a mitjà d'expressió d'un mateix:** les emocions com a senyals o missatges dels propis pensaments o sentiments, les emocions com a senyal d'autenticitat de l'individu, les emocions com a recurs personal, les emocions com a essència del que és humà, l'emoció com a part essencial de la vida, l'emoció com a primitiva, l'emoció com el que s'oposa a la raó. L'emoció és vista sempre com un universal, una característica de l'ésser humà que es fa específica en cada moment en tots i cadascun dels individus de l'espècie, i els atorga la "humanitat" individual. És la denominació d'origen de tot individu, el que en garanteix la pertinença a l'espècie en qüestió.

**2) L'origen de les emocions:** les emocions que provenen del *self/cos*, les emocions com a producte del pensament, l'emoció com a resposta instintiva a un estímul, l'emoció com la interrelació entre ment i cos, l'emoció com a part de l'ànima, l'emoció com el producte de l'experiència i de l'aprenentatge. Com es pot veure, només en últim lloc es considera un mínim origen social, però si ho analitzem amb deteniment veurem que això deixa intacta l'"essència" de l'emoció en la seva suposada universalitat.

**3) La gent emocional és descrita:** com compassiva, sensible, demostrativa, expressiva, oberta i capaç d'experimentar sentiments intensos, però també gent que a vegades està a mercè d'aquests sentiments, irracional i sense control. Cal expressar les emocions, més que guardar-les, tret que siguin negatives i destructives, perquè aleshores poden ferir els altres. No està ben vist controlar excessivament les pròpies emocions, no és autèntic, és artificial i poc honest. El discurs oficial sobre les emocions proposa que s'han de controlar perquè la vida social sigui possible.

**Ara representem així les nostres emocions:**

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

4) **Els homes i les dones són socialitzats d'una manera diferent respecte a les seves emocions:** els homes tenen necessitat d'expressar la tendresa, o la susceptibilitat, més obertament, mentre que les dones ho fan de manera natural, són éssers emocionals. En canvi, dels homes s'espera que ara tinguin una forta presència emocional en la família, i per això se'ls exhorta a expressar les emocions. Hi ha una convergència entre l'ideal de l'emotivitat masculina i femenina. Es considera una persona completa i "desenvolupada" la que és capaç de combinar la intimitat i l'expressió emocional femenina, amb la independència i la competència masculines.

5) **Emocions com a fluids que conté el cos:** afectades per la temperatura i la pressió. En les descripcions de l'experiència emocional i el cos, és recurrent la metàfora mecànica del cos, que representa les fronteres del cos i la voluntat com a contenidores de les emocions fluides en el seu si. Metafòricament, les persones es defineixen com a obertes o tancades, dures o suaus, càlides, fredes o tèbies, bavoses o seques. Això confirma la posició dominant que les emocions es tenen a l'interior, que cal controlar-les fins a cert punt; el cos és el contenidor i la voluntat, la porta d'aquest contenidor, de manera que qui expressa les emocions de manera adequada obre la seva porta sense una violència excessiva –està oberta i suau– per a deixar passar un corrent d'humanitat –calidesa i humitat.

#### Nota

L'animalitat de l'emoció distreu l'atenció sobre el que hauria de ser el principal objecte d'anàlisi, l'emoció en si. El control social està en la mateixa emoció, no en la concepció que se'n té, no en el que s'explicita que és, no en el seu discurs oficial explícit, sinó en els elements implícits del discurs. El discurs oficial sobre l'animalitat de l'emoció i la seva necessitat de control és un exercici de distracció. Una estratègia que situa la preocupació en el control d'alguna cosa no qüestionable en sí mateixa.

Ser una persona civilitzada implica un complex control de les diverses situacions per a poder destriar quan s'han d'expressar o reprimir certes emocions i per què les mateixes emocions són benvingudes en un cas i mal vistes en un altre. La complexitat va més enllà, ser persona *per se* implica una determinada gestió de les emocions que, precisament, et fa convertir en una persona anònima, o una massa, o un individu, o un més. Cada vegada hi ha una gestió de la subjectivitat diferent. Actualment la subjectivitat és la gestió de les emocions, i això produeix individus que es relacionen entre si, que poden viure dins d'una jerarquia i sentir-se lliures i autònoms al mateix temps, i que el que desitgen més fervorosament és ser amos de la seva pròpia esclavitud: poder descobrir i experimentar intensament les emocions més íntimes...

### 1.3. Les emocions com a dispositiu de control social

Els discursos sobre les emocions, igual que els discursos sobre la naturalesa o el cos, les fan aparèixer com el que és autèntic. Per això se'ns encoratja a mostrar-les perquè siguem més naturals, més veritables, i no falsos com el vessant social, per la qual cosa es connota negativament el que aprenem socialment, que és considerat com un conjunt de màscares que oculten una suposada naturalesa veritable. Així, doncs, les emocions són el que no està corromput per la societat, el que ens és donat, amb el que naixem, el que no està regulat, a diferència del que és social, que sí que està regulat, i aquí és on es justifica el

control, el poder i la jerarquia. Se suposa que les necessitem per a ser civilitzats i persones que es comporten en societat. Altrament, la nostra naturalesa ens faria ser salvatgement naturals. Les emocions requereixen, doncs, ser controlades propositivament. Si no, ens podrien posar en situacions compromeses o, fins i tot, humiliar-nos i amenaçar la nostra autonomia, el nostre autocontrol, independència i individualitat. És a dir, tot el que es valora com a positiu, de manera que la nostra vida és una lluita en contra de la nostra pròpia naturalesa, per a dominar-la, conquerir-la i sotmetre-la a la raó civilitzada que ens permet de viure en societat acomodats jeràrquicament.

Foucault defineix el dispositiu de la manera següent:

"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)

Aquesta definició s'adequa punt per punt al que entenem aquí per *dispositiu* i és aplicable en cada un dels punts, sense excepcions, a les emocions.

Les emocions formen part de les pràctiques actuals que construeixen i mantenen la subjectivitat contemporània. Aquestes pràctiques i d'altres s'interrelacionen, són interdependents i s'especifiquen d'una manera diferent segons el context específic. La demanda de controlar les emocions és, doncs, necessària per a mantenir la subjectivitat en format individu, tal com la tenim muntada actualment. El secret està a mantenir un discurs que diu que per a ser un individu com Déu mana cal controlar les emocions, perquè és l'única manera de ser lliure, preuat velló de la nostra cultura occidental individualista, i resulta que controlant-les, és a dir, fent el que s'ha de fer a cada moment, com per exemple creient a ulls clucs que som individus amb un interior veritable, ple de sentiments i emocions autèntics, és quan som més subjectes, en el sentit de subjectes a la subjectivitat i l'ordre social corresponents, i en el sentit de menys lliures, d'acord amb la definició de llibertat que es promou socialment, i que per això mai ningú no troba satisfactòria, en cas que la trobin, perquè el problema està en la mateixa definició. A saber, com més controlem les nostres emocions per a ser individus lliures i sobirans, més subjectes de la subjectivitat individualista som...



Ginebra Bombay

## 2. El consum és una emoció

Per fi ens podem emocionar consumint emocions. El consum és la superemoció, l'emoció d'emocions. La societat fonamentada econòmicament en el consum no requereix tan sols inventors apassionats per la seva feina i cecs, la majoria del temps, a les conseqüències d'aquesta feina –és a dir, la bomba atòmica o la invenció del teler de vapor–, sinó que també necessita estructures de desig imbuïdes en les seves unitats de consum. Per lògica atomista, com més petita sigui la unitat de consum, més n'hi haurà, de manera que la família no és prou nombrosa ni, avui en dia, prou unitat. En canvi, si no s'ha pogut convèncer les famílies, sí que s'ha convençut l'individu de la seva poderosa unitat interna i, per tant, de la força del seu desig. Un desig que és d'autoconsum. És a dir, un desig de consumir més desitjos. Per això l'emoció no és solament una gratificació que s'obté en consumir sinó, al mateix temps, l'acte de consum i l'objecte de consum.

Una altra vegada, la passió, l'emoció, en definitiva, l'afectivitat, apareix com a central en els dispositius de control social actuals.

L'emoció del consum serveix adequadament al seu fi de mantenir en funcionament l'engranatge de l'economia. Quan els economistes utilitzen el seu model preferit, l'*homo economicus* ple de racionalitat, no s'adonen que ja es va acabar, que podia ser útil quan es tractava d'explicar conductes de supervivència en un entorn hostil com la industrialització, però que no pot explicar com es comporta una persona creada en el consum. Per al consum cal l'emoció. Una nova espècie, l'*homo emotionalis*, s'adequa més a la nova situació. Ha de ser algú que senti que el que desitja és la seva llei, que no hi ha res que es pugui interposar entre ell o ella i els seus desitjos. Però el desig no sorgeix del nostre fons més animal, sinó al contrari, del vessant més social. Quan algú veta una acció que considera impròpia en un nen, li explica que les persones no som animals i que, per aquesta raó, no s'han de comportar com si ho fossin.

La bona educació és un producte humà que ha de limitar el desig animal de fer el que es vulgui, quan es vulgui. Tot això deixa de ser un problema quan es comprèn que el desig només pot sorgir del que és social: es volen gelats de llimona o xocolata, no menjar; un vol que li facin una fel·lació o un *cunnilingus*, no copular. Per això, el desig ja neix amb una càrrega moral inserida en el seu propi discurs.



Vehicles Seat

### Nota

Al cap d'uns anys aquest mateix nen justificarà el seu impuls sexual irrefrenable davant la xicota desganada o amb mal de cap basant-se en el fet que, efectivament, és un animal, i què hi farem!

Per això, l'economista no s'ha de preocupar pel fet que el seu home model no sigui racional, al contrari: la seva irracionalitat és, precisament, el que l'impulsa al consum. El consum se sosté sobre una capa d'emotivitat que el converteix en l'experiència postmoderna més vertadera. L'individu se sent viu, ple i feliç en el consum, perquè aquest consum és l'emoció.

## 2.1. L'emoció vertadera és la que se sap vendre

Aleshores no ho hauria explicat com ara, però avui no ho puc veure d'una altra manera, i és que l'atracció que sentia, quan era adolescent, per les narracions de les vides plenes d'aventures dels altres, em va dur a intentar de construir-me una vida que narrada, explicada en càlides tertúlies a mitja tarda als amics, néts o desconeguts d'un bar, els estremís i commogué. Certament, mai no m'he commogut tant com amb una bona història. Sobretot amb una història ben explicada, i ja se sap que perquè una cosa tingui ganxo calen paraules, llenguatge, emocions, sentiments i situacions.

Curiosament, mai no vaig pensar que només calia explicar bé les històries sense necessitat de viure-les per a explicar-les després; tot i que vaig començar a sospitar alguna cosa quan percebia que les meves anècdotes per si mateixes no feien efecte quan les explicava, entre altres motius perquè mai no he cultivat el *do de la conversa*, però veia que, en canvi, vivències força menys importants que les meves es convertien en tema de conversa recurrent, perquè havien tingut un narrador competent, i cada vegada estava més clar que la màgia no estava a viure experiències. De fet, aquestes experiències poden passar sense pena ni glòria si no s'expliquen, si no es recorden i si no són consensuades com una història versemblant; la gràcia està en les paraules.

Ja se sap que dir una cosa o escriure-la requereix certa habilitat i competència lingüístiques, i un mínim de gramàtica bàsica, a més d'una mica d'esforç i un temps per a posar-ho tot en marxa. Així, doncs, sens dubte és molt més fàcil comprar una cosa i donar-la a l'altre amb una expressió a la cara que indiqui una emoció profunda continguda. Amb el pretext de la nostra societat que no es poden expressar els sentiments, ens ho ha posat tot a l'abast de la mà per a poder consumir-los. L'emoció és tot el que no es pot dir amb paraules, sempre que aquesta frase sigui ben dita a l'hora de lliurar un consumible apropiat.

Efectivament, el llenguatge té una faceta lúdica d'alegria i plaer que consisteix a dir el màxim de paraules possible, boniques i rares, consonants i d'acord amb la frase que es pronuncia, i que donin el to que convingui: solemne, d'ànim, descriptiu, etc. És com si tinguessin màgia, i és quan valen la pena, quan ens sembla que algú té el *do de la paraula*, quan els contes són realment bons, i quan una xerrada és amena i divertida.

### Exemple

En un anunci del perfum Poème, de Lancôme, la protagonista diu en francès, que és més perfumat: "L'amor és per sempre? Com puc expressar tot el que et vull dir?". I en les imatges, ella regala el perfum, sense més, sense aparentement cap paraula. Aquest és un dels innombrables exemples del que actualment construïm com a emocions.



I és que actualment hem convertit el llenguatge evocador en la manera de consumir imatges amb afany, les que s'acomoden millor al nostre imaginari, com una mena de joc per a veure qui aconsegueix portar a col·lació més imatges, millors i més boniques, mentre escolta el fil conductor; és el llenguatge capaç de fer enamorar una Roxana d'un Cyrano nassut i poc agraciad físicament.

## 2.2. La llei del desig

El desig és un altre dels afectes als quals el nostre sentit comú fa molta atenció i vigila que sempre sigui apropiat. També l'hem construït com una cosa que es té o es deixa de tenir, o que es desperta o no quan veiem un cos objecte adequat. Però no sempre els cossos objectes adequats per a despertar el nostre desig són els adequats socialment. Això se sol anomenar *perversió* o *desviació*. Aquest desfasament aparent entre desig i ordre social s'ha vist, molt sovint, com una prova que, efectivament, el desig anava pel seu compte, desviat del que és apropiat des l'enfocament natural i social. Un punt de vista totalment erroni.

Si hi fem atenció, veurem que es parla del problema dels pederastes o del pederasta, però no de la pederàstia. Avui en dia el pederasta és el millor exemple del subjecte perillós, configurat socialment com a tal mitjançant un desig desviat. Òbviament, i com per a la resta de desviats, compleix la funció de marcar la norma. El que és interessant és que només es requereixen aquesta mena de figures quan la norma és massa ambigua: el boig marca la frontera amb la bogeria perquè per si sola, com a concepte, no és suficient; el marieta conquistador marca la frontera de l'heterosexualitat; el delinqüent, la de la llei. El pederasta marca la frontera del desig. Un desig que en la nostra societat ha tendit cap a la infantilització del cos femení.

La sacralització de la joventut en abstracte, com a objecte de consum, no produeix només productes antiarrugues a l'abast dels clients sinó, sobretot, models amb cossos infantils que també exigim consumir. Com es pot suposar, el cos del nen i la nena són, en aquest cas, l'objecte de desig més preuat, perquè són la norma estètica per excel·lència. Parafrasejant García-Borés et al. (1994) en el seu premiat llibre sobre els no-delinqüents, la pregunta pertinent que ens hem de plantejar és per què no hi ha més pederastes, i no per què hi ha els que hi ha.

### Exemple

Un exemple és el de la pederàstia, i no vull dir dels pederastes, perquè no és un problema d'uns individus concrets, sinó que en aquests moments la pederàstia és, sobretot, una veritable institució social promoguda pels valors que sostenim actualment en la nostra societat.

La coincidència d'una construcció del desig com a inevitable i incontrolable per part del subjecte implica dues conseqüències desgraciades: per a l'atacant, perquè el seu càstig ha de ser definitiu, i per a la víctima, perquè l'atacant, quan ha superat la línia que separa el desig secret de l'acció, poques vegades podrà evitar reincidir o agreujar els atacs, i disposarà de tots els arguments del món provinents de la medicina, la biologia i la psicologia per a legitimar la seva posició, ja que aquestes disciplines són les que *naturalitzen* el desig.

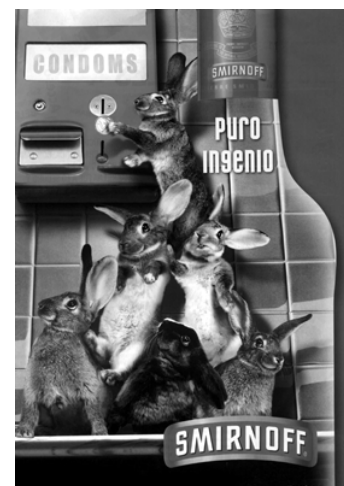
### 2.3. La passió *démodé*

Theodore R. Sarbin (a Harré, 1988) considera que parlar d'emocions és simplement la manera tècnica, en els nostres dies, de referir-se a les passions, i conserva el seu sentit i manté en el paper de víctima l'individu que les pateix. És a dir, reforça la noció que una passió és com un virus que ataca la persona. Per això requerim la racionalitat que, afortunadament, hem inventat (Walkerdine, 1988) i que ens permet de parlar de coses serioses. Com per exemple a Bourdieu (1999), que pensa que ens hem de desempallegar de la passió per treballar seriosament contra la guerra.

Per això s'imposa a la raó la necessitat d'analitzar-ne els fracassos, és a dir, les passions que la van obnubilar. Ara mateix la passió ja no està de moda, en tant que és massa evident. El seu significat ens diu que s'apodera del control de les nostres accions i ens deixa totalment indefensos. Això no fa gens per als individus.

Els individus de les democràcies a les quals apostem han de poder escollir, poder exposar-se a les emocions que vulguin, poder cercar-les, poder treure'n el màxim de profit a manera de gestió, i ser els més intel·ligents, emocionalment parlant. Però triïn el que triïn, la qüestió és la mateixa: els nostres individus actuals volen ser actius, cosa que, precisament, els defineix com a individus, i per això busquen emocions fortes, noves i grans que els *moguin a l'acció*, i no passions que els mantinguin *passius a l'espera* de sentir-les amb resignació.

No poden assumir la passivitat de les passions que constrüen un altre tipus de subjectivitat que no es pot consumir avui en dia. A l'individu del carrer no li calen les passions, ni li interessen gens ni mica, només posseeix una infinitat d'emocions, que sap exactament el que li poden proporcionar, fins a quin punt i quan les ha de fer callar. Per què li haurien d'interessar unes passions que no estan fetes a la seva mida i que l'envairien sense ni preguntar-li per on? Les emocions com a dispositiu de control social requereixen la llibertat individual i la possibilitat d'escollir i establir el propi destí, i no permetran de cap manera que una passió qualsevol, i menys una de baixa, arribi i els arrabassi el paper protagonista.



Vodka Smirnoff

## 2.4. Emocionar-se és cosa de dones, però seran compensades

Ara la societat de consum ensopega amb l'home, tal com ha quedat constituït en la masculinitat dels nostres dies. La seva racionalitat excessiva, útil per a altres temps, és una molèstia, li costa deixar-se portar pel consum. El nou programa social busca inserir-li un cúmul d'emocions més adaptades al món contemporani, en què la ciutadania involucra el poder adquisitiu, sense que per això se'n perdi la masculinitat (per si calgués per a alguna guerra, no se sap mai). Tanmateix, l'adaptació té com a objectiu que el nou home expressi més i millor les emocions. En canvi, s'espera que la dona aspiri a l'ideal de controlar-les i al de ser autònoma, tot i que hagi d'assumir la doble càrrega de treball.

Se suposa que les dones estan alliberades perquè poden treballar, perquè llavors poden gastar el salari com vulguin, i això les fa lliures. Però el problema està precisament en el que volen. La clau de com arribem a desitjar i de com ens apropiem de les emocions adequades al nostre gènere, classe, ètnia, etc. és el que ens evidencia el control social.

I mmm... En què es gasten els diners la majoria de dones alliberades? Òbviament, en beguda i homes no, millor en coses per a la casa, per als nens, per a estar maca, etc. Aquest discurs del treball alliberador ha permès de parlar de la dona dels noranta i del nou home sensible i cooperatiu, però això no ha fet una nova dona, sinó una dona que fa el mateix que els homes (amb els valors, els repertoris i les emocions corresponents) i que, a més, fa el de les dones... Aquesta situació, lluny d'incomodar, es viu amb orgull, amb sentiments d'independència i llibertat, es viu com a individu que ha escollit fer aquestes coses i que se sent orgullós de ser dona.

Un dels motius d'aquest orgull està en la capacitat reproductora. La maternitat és un assumpte teòricament instintiu i inexplicable o irreductible al llenguatge, però requereix que, constantment, tot al voltant de la dona li ho recordi, amb una retòrica increïble. Això inclou tota la gamma possible de pràctiques, des de les considerades més biològiques fins a les més psicològiques i socials.

Per exemple, cal destacar els paràgrafs i paràgrafs de llibres i manuals sobre l'embaràs i les xerrades i els cursets sobre el tema, que insisteixen que no es pot explicar el que són les contraccions, ni el que dura el part ni com es pot suportar, ni com se sent una després que neixi el nadó, ni com dol el postpart, ni la millor manera de passar-lo. La barrera a l'explicació de les emocions que posa el discurs sobre el que és biològic es fa especialment infranquejable en el cas del dolor, i s'accentua quan aquest dolor l'ha de suportar una dona, i encara més si es tracta del cas de la reproducció. Com que no es pot explicar, ningú n'explica res, la desinformació es justifica amb un "és que el dolor és subjectiu de cada dona", i amb un "és que les sensacions no es poden explicar",

### Exemple

Com en un anunci de compres Ausonia en què una dona explica, al ritme de la cançó *I like to be a woman*, que li agrada ser dona "però" que té la regla, malgrat que això no l'afecta gràcies a les compres que fa servir. Per emfàtic i per afirmació del que és negatiu deixa molt clar que ser dona és realment una llauna, però que s'ha de veure amb un somriure a la cara, amb un cos Danone, amb roba de Mango i amb un ritme de vida d'executiu de Wall Street.

### Lectura recomanada

Hi ha una recopilació acrítica de llibres i manuals sobre l'embaràs en aquesta obra: U. Beck i E. Beck-Gernsheim(1998). *El normal Caos del Amor*. Barcelona: El Roure.

"res del que digui et pot ajudar", "hauràs de passar per això tota sola", i amb això s'alliçona la dona en qüestió sobre el mateix fet de ser dona, es tracta de patir i, tot i que hi hagi possibles alternatives, no s'esmentaran.

Pel que fa al vessant psicològic social, a la dona se li diu sempre que trobarà a faltar els fills quan vagin a la llar d'infants, quan vagin a escola o quan en tingui cura una altra persona. Es posa èmfasi en la poca confiança que podem tenir en aquests centres i en cangurs o familiars, a causa de tota mena d'abusos i desgràcies de què poden ser víctimes els petits. No es pot sentir bé quan no són amb ella, perquè això seria un símptoma inequívoc que no se'ls estima, perquè pot viure sense pensar en ells en tot moment i sense que siguin l'únic *motiu de la seva existència i raó per a viure*. En qualsevol intent que sigui el pare o una altra persona qui es faci càrrec dels infants en qüestió i que doni la cara en diverses institucions de salut o educatives, immediatament sorgeixen innombrables obstacles. Llavors tothom necessita la mare, perquè expliqui, perquè digui, perquè doni constància, perquè afirmi, perquè se n'encarregui, i es dona per fet que és ella qui ho ha de fer. El pare molesta, destorba, resulta inoportú i inconvenient i, sobretot, no se'l té mai en compte, tot i que públicament es digui que és bo que sigui cooperatiu i que s'hi pugui comptar, però millor a casa, perquè allà només hi ha mares. Fins i tot encara que sigui ell qui gestioni i condueixi la situació, sempre s'apel·la a la mare i es busca que sigui ella qui digui l'última paraula, se l'obliga a comportar-se com una mare amb caràcter general.

Per si de cas hi ha algun intent de fuga d'alguna mare dona, més val que celebrem el Dia de la Mare i la compensem de la submissió, no ja als fills, sinó a tots els discursos i pràctiques que els sostenen, amb esplèndids obsequis de consum, amb emocions comprades a aquest efecte per a inculcar emocions apropiades a un altre. Així, ens encarreguem que les mares se sentin com a tals i que ens facin sentir com a fills.

Després ens sorprenen les mares controladores i tafaneres, quan primer se'ls ha coaccionat a fer-ho tot pels altres i després se n'espera que marxin sense dir ni piu. De fet, seria molt fàcil oblidar-se dels fills si se'n donés l'oportunitat, però tothom recorda a la dona que hauria d'estar preocupada, que s'hauria de sentir culpable, que millor hauria de trucar per a saber com estan i que com és possible que s'ho pugui passar bé sense trobar-los a faltar. Se li permeten algunes nits lliures o caps de setmana, però només si és per a passar moments romàntics amb el pare de la criatura. El temps que pot dedicar a si mateixa es redueix al mínim indispensable per a utilitzar els diferents productes de bellesa que li han regalat el Dia de la Mare.



Rentadores New Pol

## 2.5. La ciència és un discurs que consumim per a controlar les nostres emocions

Numerar, classificar i descobrir les emocions que hi ha *naturalment* dins dels individus són algunes de les qüestions que les nostres pràctiques socials, anomenades *ciència*, han produït per a controlar les emocions. Ser raonables, objectius, desapassionats, freds, calculadors i tota la resta només són els llocs de *prohibit estacionar* de les emocions. Els hem generat per a crear la il·lusió d'imparcialitat i/o neutralitat, profitosa per al fer científic o comercial, propis de la nostra actualitat.

Naturalment, es poden classificar totes les paraules que apel·len a les emocions o que les descriuen o formen l'emoció, però en tot cas no seria l'única tasca que caldria fer. Fins ara, quan algú afirma que les emocions són alguna cosa més que llenguatge, intenta de dir que aquesta *alguna cosa més* és concreta, real.

Segur que en aquests moments hi ha un pobre professor discursiu entaulant una discussió bizantina amb els estudiants sobre si les bombes que cauen a l'Iraq o les bales que maten israelians i palestins (l'argument canvia segons de qui s'és votant) són discursives o maten de debò. Però això és un parany. Evidentment que són discursives i que els discursos maten, els camps de concentració no s'entenen, ni segurament existirien, sense els discursos de Hitler. Per això, per a entendre que les emocions no s'esgoten en les paraules, no cal tornar al camp de batalla, sinó aturar-se en els discursos.

Les emocions tenen efectes corporals i depenen del cos per a expressar-se, i en això no es diferencien del discurs, però aquesta *alguna cosa més* que tenen a part del llenguatge és purament i simplement la seva característica d'acció. La possibilitat de generar efectes immediats, d'establir relacions de poder mitjançant determinades pràctiques afectives, poder per a modificar el cos, però també, si es vol, per a canviar la societat.

I si les emocions són més poderoses que el llenguatge en les nostres pràctiques quotidianes, és simplement perquè ens hem oblidat del seu origen social, i les hem enterrat on sembli que ens governen sense que ens n'adonem, on sembli que reflecteixen la veritat de l'individu. Per aquestes raons, ara la producció de coneixement de les emocions ha de passar per la seva desconstrucció com a dispositius de control social i la construcció com a possibilitadores de canvi social. Cal insistir en el seu caràcter de negociades. Tenim espai i marge per a optar i decidir, i no únicament per a reproduir les emocions apropiades per a un *self* occidental, potser *democràtic*, però les relacions del qual es basen en el control i el consum.

Numerar i classificar ja no pot tenir l'objectiu d'acumular coneixement, que permeti de predir i controlar el futur. Tampoc no pot tenir l'objectiu de trobar la veritat intrínseca dels objectes de la realitat. Numerar, classificar i descobrir ha de tenir l'objectiu de posar de manifest les pràctiques socials que es mantenen i els efectes polítics que generen totes i cadascuna de les produccions

emocionals conegudes i per conèixer, hem de recordar aquest obscur objecte de desig que sempre se'ns pot vendre per un preu mòdic i que qualsevol estaria gustós de posseir sempre que fos exòtic i sofisticat.

## 2.6. El consum garanteix la individualitat

La relació entre emoció i consum és certament destacable, ja fa temps que se sap que l'impuls de consumir (*impuls* és una paraula vinculada a les emocions) no és tan racional com hauria de ser. L'acte de consumir és afectiu de ple dret, s'hi resolen fòbies i fílies, sentiments cap a un mateix i els altres, i una infinitat de desitjos dels quals es desconeix la procedència, però tot i així s'hi creu a ulls clucs, perquè surten de l'*interior*.

Consumir és emocionant, sí, però no tan sols això, sinó que consumir és sentir i expressar una emoció, la poderosa emoció de la possessió (de vegades només temporal), d'un tros de la realitat. Posseir és poder, i és sentir que s'és alguna cosa, no és anecdòtic que es critiqui la nostra societat per materialista, que es digui que valorem la gent pel que té i no pel que és. Ja no podem saber què som si no és a partir de les nostres possessions (la nostra roba, la nostra música, les nostres amistats, la nostra parella, el nostre cotxe, les nostres classes, etc.). La metàfora de la possessió i el desig de consumir envaeixen les diverses esferes de la vida:

Els estudiants, com a bon públic, esperen classes espectaculars i entretingudes; els amants esperem/exigim de la nostra parella, que hem seleccionat prèviament amb molta cura, que satisfaci els nostres desitjos més íntims; els fans de la moda reclamem que la roba ens identifiqui com un tipus de persona determinat i que, alhora, ens proporcioni una imatge dinàmica i canviant: els fills vivim els nostres pares com a proveïdors i, si fallen, els ho recriminem com si fóssim clients perjudicats...

Consumir és adquirir per a poder ser, per a ser individu, per a tenir identitat pròpia.

Per això no ha d'estranyar que es pugui afirmar que el consum és, a més d'una emoció, una emoció bàsica, i això d'acord amb els arguments següents: s'aprèn aviat (entre els dos i els tres anys d'edat); sense possibilitat de consum l'organisme occidental no pot sobreviure, perquè ja és l'únic mecanisme d'adquisició de béns, incloent-hi els més necessaris; sense consum no s'és individu, no s'és persona, no s'és res recognoscible, legítimat o respectat; es considera que el mercat de consum ha de ser la forma universal de l'organització social mundial en la globalització; perquè el consum ens permet d'accedir a formes més complexes, més subtils, matisades, complicades, de sentir; perquè és el que ens dona accés a la resta d'emocions (fins i tot aquelles que encara es tenien com a més bàsiques, com la por que es consumeix als cinemes i els parcs d'atraccions, com la fam que es consumeix a casa, en restaurants i en establiments de menjar ràpid, com la ira que apareix quan no veus satisfets els desitjos de consum, etc.); el consum empeny amb força a l'acció, ens convida a comprar, i el que encara és més impressionant: ens incita a treballar per a



Comprar la imatge de la temporada.

poder consumir; els seus desencadenants no són simples, però tampoc no són més complexos que els que desencadenen l'alegria i la tristesa, la satisfacció i el malestar, la por i la ira.

Tret de la policia de l'afectivitat que són els psicòlegs, útils per a emergències com el descontrol i el desordre, tot sistema de control requereix una policia. Com que l'emoció no és social, ningú pot complir aquesta funció. Per això, el psicòleg no és un conseller, sinó un intèrpret. Algú que et guia cap a les profunditats del teu ésser, que no et diu qui ets, sinó que t'ajuda a descobrir-ho, que t'acompanya en el renéixer que representarà el descobriment final del que eres de debò i que, desgraciadament, la societat, la família, l'estat, etc. van reprimir perquè no et volien tal com eres. La recerca de l'autenticitat que estableix el psicòleg en el seu règim de normalització i de disciplinarització del *jo*, és ara més forta que mai, perquè no reconeix els valors amb què treballa. L'individu que es descobreixi finalment no serà ni bo ni dolent, però sí autèntic.

L'emoció garanteix a l'individu la possessió de la veritat, una veritat que està disposat a relativitzar, perquè sap que és individual, subjectiva, però no per això menys veritat. Que la postmodernitat relativitza les grans veritats universals, molt bé, el capitalisme ho admet, però amb una condició: que no siguin socials, sinó individuals. L'emoció compleix molt bé el seu encàrrec, legitima els desitjos de l'individu –òbviament, desitjos de consum–, en entendre que sorgeixen del seu interior.

L'emoció és autèntica, no depèn de la societat, tot i que s'hi relacioni. Per tant, no és falsa. El que és social és una màscara, els textos són tramposos, ens poden fer veure coses que no són, fins i tot construeixen la realitat, és el *súmmum*! Però no es pot parlar de l'emoció, no es pot compartir, és íntima, privada... Si ningú te la pot qüestionar, si ningú està legitimat per a dir-te quins són els teus veritables sentiments, aleshores això prova l'autenticitat de la nostra vida individual, ens demostren que existim, que som, i Descartes sobreviu en un *sento* per tant sóc, més que en el seu tradicional *cogito*.

### 3. El consum és un dispositiu de control social

#### 3.1. El consum d'objectes

Tal com comenta Deborah Lupton a *The Emotional Self*:

"Sovint, la relació entre les persones i els objectes i els llocs està saturada d'emocions. Publicistes i mercaders evoquen deliberadament emocions en la seva audiència per a incitar-los a comprar els seus productes i experiències. Els estats emocionals acompanyen el desig o l'anhel d'algun objecte que encara no hem adquirit o d'alguna experiència que ens agradaria provar. Els objectes es fan servir per a alterar estats emocionals o estats d'ànim, i promoure el relaxament o l'excitació. Alguns objectes actuen de mediadors en les relacions sentimentals entre les persones. Participar en certes activitats d'oci és un recurs per a viure emocions intensament, una oportunitat per a la gent de superar per un moment les normes, les constriccions i l'autocontrol, tot i que de manera col·lectiva i controlada. En un àmbit més fonamental, mitjançant l'apropiació incorporem els objectes en la nostra subjectivitat amb el consum, l'ús diari i la memòria. La relació emocional que tenim amb aquests objectes n'implica l'antropomorfització, perquè els vam investir de les mateixes emocions que tenim amb altres persones o, si més no, ens susciten la mateixa mena de sentiments i vincles i patim igualment si els perdem. Els espais i llocs estan profundament entrelaçats amb la nostra vida emocional i hi podem desenvolupar forts vincles. Ens aboquem en les nostres coses i en els espais i llocs que habitem i, mitjançant els quals ens movem, i a la inversa, les coses, els espais i els llocs ens formen, a nosaltres, els nostres cossos i les nostres emocions." (Lupton, 1998, p. 165-166)

I si no, com es poden fer servir les mateixes paraules per a parlar amb els amants que per a descriure xampús, detergents i llets en Tetra Brik? A diferència del que ens dicta el sentit comú, em sembla que amb això no es trivialitzen els sentiments, sinó que s'omplen de contingut: un s'estima el seu amant com s'estima un xampú. La promesa del producte també és la promesa de l'amant, amb la diferència que l'amant és més voluble, perquè també té un interior que et pot fallar, mentre que el producte sempre és el mateix. En aquest sentit, el producte és més interessant. Alguns psicòlegs descriuen la compra compulsiva com una conducta substitutiva de relacions, afectes, amors o estimacions diverses, però des del punt de vista del control social és una conducta constitutiva de tot això. La compra compulsiva sorgeix de la comprensió que el consum és la garantia d'una vida afectiva plena. Una altra cosa és que el psicòleg consideri, des d'una moral molt més racionalista, que no és manera de viure, però això és un prejudici moral.

La complexitat està en el fet que no tan sols consumim objectes, sinó que tornem objecte tot el que consumim: nosaltres mateixos i tot i tots els altres amb qui ens relacionem. L'emoció del consum constitueix consumidors al mateix temps que construeix la resta de món en objectes de consum, però dins de la resta del món també s'hi inclouen els consumidors.



### 3.2. El consum d'un mateix

Alguns dels objectes que consumim que, alhora, ens converteixen en objectes de consum per a nosaltres mateixos són els llibres d'autoajuda i de creixement personal. *Best sellers* des de fa anys, incloent-hi els d'intel·ligència emocional, són llibres de gestió de les emocions que ens permeten de descobrir-nos, predir-nos i controlar-nos segons el que ens convingui, o si més no modelar-nos d'acord amb el projecte de nosaltres mateixos que tenim i/o tenen els altres. Són llibres per a aprendre a controlar les emocions, per a aprendre a comunicar-les adequadament, per a entrenar-nos a reconèixer les situacions pròpies i impròpies per a expressar-les. Hi ha implícit que l'essència de l'emoció és intocable i que, per tant, l'única cosa que podem fer és gestionar-la. És a dir, com qui vol domar un lleó sense que per aquest motiu deixi de ser un lleó, perquè en això hi ha l'espectacle. Òbviament, un lleó domat ja no és un lleó, però cal que l'espectador continuï creient que ho és per a mantenir la tensió, ja se sap que l'espectacle ha de seguir. Amb les emocions passa el mateix: es gestionen, es diu que s'han de gestionar, però mantenint al mateix temps un discurs sobre el seu vessant salvatge i primitiu, que mai no és domesticable.

Aquesta dualitat permet la seva funció primària d'instrument de control social. Quan ho requereixen les telenovel·les, els fulletons o la guerra, l'emoció es pot desplegar salvatgement i sense control; quan no, s'ha de controlar pel bé de la societat en pau. La persona que es descriu com a emocional compleix exactament aquests requisits: és adequada per a la socialitat (compassiva, oberta, expressiva, etc.), però té una capacitat per al descontrol que es legitima per l'essència del que és l'emoció. L'emoció es construeix en les diferents situacions de consum.

Ens podem adaptar a la situació específica si escollim bé els productes que hem de consumir a cada moment. Però els manuals d'autoajuda, els de desenvolupament del potencial humà, tenen la bondat de guiar-nos en totes les situacions, perquè el seu objectiu és proporcionar-nos les eines per a dissenyar-nos i esculpir-nos segons cada moment. Ens convertim en *objecte* per a poder arribar a ser millors *subjectes*.

Una altra de les maneres d'objectivar-nos té a veure amb el nostre culte al cos. Encara tenim en la memòria una sèrie d'anuncis que van tenir i continuen tenint un gran impacte entre els homes i les dones del món globalitzat: els anuncis televisats de Coca-Cola Light.

En el primer, un grup de dones treballadores d'oficina esperen ansioses que arribi l'hora d'esmorzar dels treballadors de la construcció de l'edifici del davant. A aquesta hora, totes s'apilonen ràpidament a la finestra per a veure un noi guapíssim i suat mentre es pren la seva Coca-Cola Light. En el segon, el noi en qüestió és el repartidor de Coca-Cola Light, que arriba a l'oficina. Just abans que arribi, les treballadores amaguen tot indici que les pugui delatar com a dones casades (anells, fotos, etc.). En el tercer, la noia que beu Coca-Cola Light provoca que el cotxe del noi que li agrada caigui per un barranc i després, "ingènuament", s'ofereix a dur-lo.

El que és interessant d'aquesta sèrie d'anuncis són dues coses òbvies i la seva relació menys òbvia. El primer element obvi és el model de dona que presenta: una dona activa i independent, que controla la seva vida. Això es veu en el caràcter de treballadores, òbviament, però sobretot en la capacitat de sentir un desig d'"estil masculí". En aquest sentit, són capaces de mentir per a aconseguir el seu objecte sexual o, com a mínim, en una interpretació menys literal, són capaces de jugar al joc de la seducció tal com fan els homes. Es tracta d'una dona que opta per un tipus de desig, que controla la seva vida afectiva. El segon element obvi és que aquestes dones tenen en comú el fet de ser consumidores de Coca-Cola Light.

Com es pot apreciar, la unió d'aquests dos punts dóna com a resultat que la dona que controla la seva vida també ha de controlar el seu cos. Així, doncs, una altra vegada, en la dona la construcció del *self* va lligada a la construcció del cos.

Tal com comenta Susan Bordo (1997), l'anorèxia podria estar relacionada amb l'establiment, en la dona, d'un ideal sobredeterminat de control seguint el model masculí. D'aquesta manera, la dona que vol controlar alguna cosa de la seva vida, en no trobar aquesta capacitat de control públic en gairebé cap aspecte de la seva quotidianitat, veu com es redueix la possibilitat de controlar i que únicament pot controlar el seu cos.

Sempre que es parla del que és social i de com forma els subjectes, sembla que el cos és un límit en el qual no es pot anar tan lluny i que hi és, tot i que l'interpretem d'una manera o d'una altra. Sembla que és una realitat indiscutible que es pot considerar des de diferents punts de vista, però mai no es deixa de veure perquè hi és i no es pot negar.

### El culte al cos com el consum d'un mateix

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

Veü d'home: "Pechuga de pavo Campofrío".

Veü de dona: "Es tu cuerpo. Cuidalo".

### luzca una bonita silueta



estilizando su figura con  
**BON KORETS**

Un producto inofensivo de esbeltez que, sin dietas, sin masajes y sin molestos ejercicios, elimina la grasa superflua y evita su nueva formacion

**BON KORETS**

Producte aprimador Bon Korets

"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 fet és que el que hi és, aquests cossos amb tots els seus òrgans vitals, es construeix socialment, no hi ha res natural, n'hi ha prou de mirar els diversos empetls que ens permeten de tenir síndries sense llavors, arbres fruiters de l'altura de qui cultiva i porcs i gallines segons les nostres necessitats, o emocions com la vergonya aliena i l'amor que fan enrojolar, palpit, suar i empal·lidir. Per què, aleshores, ens sembla tan poc versemblant, o tan difícil d'acceptar, que construïm els nostres cossos, les nostres sensacions més íntimes i orgàniques, i que en mantenim i reproduïm les potencialitats i els límits més evidents? Com diu Colette Guillaumin (1992), com s'ha de moure igual una nena que un nen, que vesteixen d'una manera completament diferent? No es pot saltar una bardissa amb una faldilleta!

"Les faldilles, destinades a mantenir les dones en estat d'accessibilitat sexual permanent, permeten la conversió de les caigudes (o de simples postures atípiques) en més penoses per a l'amor propi del que ja són, i instal·len millor la dependència mitjançant la por mantinguda insidiosament (una no pensa fins a quin punt) de les pèrdues d'equilibri, juntament amb els riscos de moure's en llibertat. L'atenció que s'ha de conservar sobre el propi cos està garantida, perquè no està protegit sinó, al contrari, ofert gràcies a aquesta peça de vestir feta amb astúcia, espècie de volant al voltant del sexe, fixat a la cintura com si fos la pantalla d'un llum." (Guillaumin, 1992, p. 86).

Tampoc no es pot ser igual de fort si es juga amb nines que si se salta, es bota i corre per a tot arreu. És evident que la *raça blanca* és més alta i sana, perquè la qualitat i quantitat dels aliments que consumeix, i en general la qualitat de vida que té, és deu vegades millor que la de les races *inferiors* del Tercer Món, que només poden tenir en la dieta un aliment d'un sol dels grups alimentaris cada vegada. També és cert que els cossos ens pertanyen, ens permeten de negociar amb els altres i són constructors de les nostres relacions, però ho fan a partir de les interpretacions que tenim i que els permetem de practicar.



Producte aprimador Calprim

Això no vol dir que tot sigui *cognitiu*, i que el raïocini predomini per sobre de la resta de nosaltres mateixos, sinó que cal fer una distinció entre la carn i el cos (Guillaumin, 1992), o com diem ara en termes informàtics, entre el suport i la informació. Això podria semblar un punt de vista tradicional sobre el cos en què se'l considera un simple contenidor i realitzador de l'activitat mental, que és la important. Però el punt de vista construccionista va més enllà, ja que no hi ha aquesta dualitat ment-cos i d'entrada no es poden separar.

El fet que hi hagi un punt de vista i una interpretació requereixen, efectivament, un suport biològic per al que anomenem *ment*, però no s'hi limita i, de fet, la seva pràctica també requereix tot el suport de la suposada dualitat entre ment i cos.

El que cal entendre és que com que efectivament hem construït aquesta dualitat i la mantenim i reproduïm, empíricament, en molts casos, la ment actua separada del cos, i moltes de les patologies que es consideren actualment, incloent-hi l'anorèxia, tan de moda entre els joves, operen sota aquest principi. La víctima de l'anorèxia se sent profundament dissociada del cos, fins al punt que necessita controlar-lo totalment i li nega qualsevol interferència amb la *ment*.

Es veu grassa quan els altres la veiem prima, perquè tingui el gruix que tingui el seu cos, sempre sobra. La seva felicitat màxima seria desprendre's d'aquesta molèstia que és el cos, passar a ser transparent, esperit pur i, de fet, n'hi ha que gairebé ho aconsegueixen. Aquesta dualitat ha estat promoguda per la ciència com l'única manera possible de dur-la a terme. S'és científic, en primer terme, si s'aconsegueix deixar fora els propis sentiments i principis, i si el que investiguem no té res a veure amb els nostres interessos o emocions. Els conceptes s'han definit en oposició a les sensacions (Turner citat per Shilling, 1993).

Però ara les emocions s'han tornat a posar de moda, gràcies a la seva reubicació en el món social com a productes de consum.

El fet que abans se les fes sortir tenia a veure amb la seva escassa rendibilitat i amb la interferència en el món de la producció i el que és asèptic, distreien els homes de les activitats objectives i els feien perdre el temps en sensibleries i romanticismes diversos. Però una vegada a disposició del consum, es tornen a posar en circulació, sobretot perquè la intel·ligència emocional permet de gestionar el *self* i treure el màxim partit de les relacions interpersonals per a triomfar en el món dels *yuppies*, malgrat que no s'hi visqui o ni tan sols es conegui de lluny.

"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



Body building

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).

Les pitjors expectatives es confirmen en el segon volum de la *Intel·ligència Emocional*, el títol del qual ja inclou explícitament la paraula *treball*, i no és casualitat, perquè tracta de com cultivar les emocions amb la finalitat d'expandir-se en el treball (vegeu Goleman, 1998).

A més, per als que no puguin expressar les emocions, no les coneguin i les vulguin fer aflorar, sempre poden consumir els diversos professionals especialitzats a trobar-les en el seu veritable interior. Però com que l'empirisme necessita proves, el benestar emocional s'ha de percebre en l'exterior, s'ha de veure reflectit en el cos, i no n'hi ha prou amb els ulls, que abans eren el mirall de l'ànima, ara és millor si pots lluir una bona figura i semblar saludable, i tenir una talla 36, en el cas de les dones.

Després que les grans narratives i la militància deixessin de ser projectes de vida vàlids per a viure una vida que valgui la pena, el consum d'emocions i les emocions de consum (per exemple, a partir de les ONG, la cura de l'ecosistema o el control del cos) han ocupat el temps lliure del món occidental.

Juntament amb l'oferta d'emocions a la carta –disposades en paquets d'alegria, humor, odi, acció, violència, intriga etc. en format de pel·lícules, jocs virtuals, esports de saló, *raves* amb drogues de disseny, moda i raigs UVA amb massatges a mil (antigament, pessetes)–, el mateix cos comparteix amb les emocions la qualitat d'objecte de consum.

Objecte fins al punt que es pot comprar per a contemplar-se: com fan la pornografia i els seus derivats tan heterogenis, com els concursos de bellesa i *Los vigilantes de la playa*. Igual que les emocions, el cos també s'ha tornat a posar de moda perquè es requereixen una quantitat tan gran de productes, objectes i escenografies per a tenir un cos *natural, sa i ecològic* que és completament rendible. Els espais aparador per a lluir-los i els indispensables per a "relacionar-se" amb altres cossos també es cobren –discoteques, centres comercials, bars, etc.–, i com que una imatge val més que mil paraules, la cirurgia plàstica, els gimnasos, els passadissos d'aliments dietètics i tota la indústria cosmètica tenen molt a oferir.

És a dir, ara els cossos estan molt més presents en la quotidianitat i en l'anàlisi social perquè, més que mai, no són els nostres cossos. Ens hem de treballar els cossos, ens els hem de fer a mida, però resulta que no com una construcció de la *cura d'un mateix* (Foucault, 1990), amb la qual cosa estaríem d'acord, sinó a la mida de la resta d'objectes de consum, amb els estàndards necessaris per a ser desitjats per qualsevol consumidor competent.

D'aquesta manera, ocupats en els nostres cossos i amb els desitjos establerts de no fer res més que ocupar-nos-en, ja no perquè altres cossos ens estimin o tinguin cura de nosaltres, sinó únicament per a ser consumits (exhibits, per a ésser admirats per cossos diferents del nostre i per a admirar els cossos aliens com a manera de perfeccionar la nostra pròpia tècnica de cura), exercim control sobre els nostres cossos. És difícil arriscar-se a la tortura, a la vaga de fam, a ser copejat en una manifestació, o a ser vulnerable a les bales o una cosa similar, quan s'està tan en contacte amb el cos i la seva bellesa.

El cos és un dispositiu de control social. I això és un efecte de considerar els cossos com a contenidors de les emocions. Aquest fet situa el cos al mateix nivell que les emocions, de manera que també es menysprea. Al meu entendre, un dels exemples més evidents de menyspreu és el discurs que el cos és un fet merament biològic, perquè nega les seves possibilitats de canvi.

Això ha permès d'assumir com a naturals totes les desigualtats i jerarquies polítiques i socials, l'evidència de cossos diferents, més resistents, més forts, més sans que uns altres, ha permès de legitimar aquestes diferències i generar una sèrie de pràctiques socials destinades a crear-les i mantenir-les, i també l'aparença de naturalitat.

Aquestes diferències no s'han concebut sempre com a inscrites i permanents en els cossos, sinó que la ciència, en basar les diferències en termes biològics i genètics, i tot i haver una possible explicació social per a algun fet diferencial, s'obstina a trobar el gen que ho justifiqui.

La religió també hi va ajudar, en posar en el mateix sac les emocions, la sexualitat i totes les debilitats de la carn com a forces incontrolables contra les quals calia lluitar i contra les quals es presentava com a l'única sortida vàlida per a congraciarse amb el totpoderós i la moral.

Un exemple més que habitualment *la ment* és l'única cosa que importa és una pel·lícula de Disney, el títol de la qual no recordo, però que tracta del tema típic d'una mare i una filla incapaces de comprendre la vida de l'altra i que, per un atzar de l'energia còsmica, intercanvien els cossos. El tema és tòpic, hi ha més pel·lícules amb el mateix tema però amb xicot i xicota, llibres per a nens i dibuixos animats del dimoni de Tasmània. En totes es desprèn que el veritable *jo* és la *ment*, que de cop i volta es veu atrapada en un altre cos que no sap què ha de fer, perquè per si mateix no ha après res. No es pot moure de cap manera que no depengui directament del que la *ment* sap i és capaç d'executar. Així, doncs, la filla atrapada en el cos de la mare és incapaç de caminar amb les sabates de taló que duu posades i segurament (tot i que això no surt a la pel·lícula de Disney), la mare atrapada en el cos de la filla podria fer l'amor amb el seu xicot adolescent sense cap problema perquè no seria la primera vegada.

### Exemple

Recordem un anunci, que probablement el seu brillant creador consideraria antiracista que mostra un munt de cossos de diferents races i una veu que diu que el color de la pell no és important, sinó el fet que estigui ben hidratada amb la crema tal. Actualment el marginat és qui no és capaç ni de tenir cura del seu propi cos. Per això el fàstic envers els indigents i la seva pudor, que ja no es fonamenta en la manca de feina ni en la pertinença a una classe social inferior, sinó en la falta de cura corporal.

### Lectura recomanada

Per a aprofundir en el control de les institucions sobre els cossos, aquesta obra és un precedent brillant:

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

Per tot això, l'única recuperació del cos (i de les emocions) que s'ofereix com a viable passa per l'opció del consum, tant ecologista com *yuppie*. Si es fa prevaler el cos per sobre de la interpretació, tot i reconèixer la presència ineludible d'alguns cossos per a possibilitar-la, es retira el que és social d'un dels seus espais de poder més obvis i, per tant, es perden les possibilitats de transformació.

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

Evitar les categories imposades com a lleis de veritat. Rebel·lar-s'hi en contra, tot i que sigui per a caure en altres categories, permet al subjecte de participar en el seu procés de *subjectivació*. En canvi, en aquests moments encara s'imposa el socràtic coneix-te a tu mateix en lloc del tingues cura de tu mateix a què aspirava Foucault.

"Existen varias razones por las cuales el 'Conócete a ti mismo' ha oscurecido el 'Cuidate 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 inmoralidad 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, pp. 54-55)

La gestió del cos i de les emocions continua passant pels suposats coneixements objectivats d'un mateix que proporcionen els diversos corrents humanistes. Així, el cos en gestió és un cos en coneixement, més que un cos en moviment que es construeix a si mateix en rebutjar les categories imposades. L'efecte de tot torna a ser la naturalització de les categories, perquè només han de ser conegudes. Com es deixa clar en el construccionisme, mitjançant la retòrica del coneixement només es pot conèixer el que preexisteix. Es coneix el que és desconegut, però no el que és inexistent.

Actualment, hem construït el cos com el límit i el mediador entre una cosa que hi ha a l'interior, que anomenem *individu*, i una altra cosa que hi ha a fora i que anomenem *societat*. Si el que hi ha a dins correspon als estereotips que es volen fora, aleshores estem davant d'un individu normal i, amb una mica de sort, feliç; si no, estem davant d'un individu amb problemes que s'expressen en el seu cos o directament amb el seu cos. Ara per ara el cos serveix per a fer evident, segons la manera de pensar individualista, que cada cap és un món, perquè el límit del món està en el límit físic del mateix cap, la frontera amb els

altres i, per tant, la intimitat, està en la pell i en el cos. D'aquesta manera, es fa evident empíricament que el món està compost per individus, per cossos, i que el que és social només en pot ser la suma o un factor que modela i els afecta.

Com exemplifica d'una manera excel·lent Ian Burkitt (1999), en la societat occidental estem plens d'experiències quotidianes en les quals és un fet que ens vivim dissociats entre ment i cos. Ell posa els exemples d'algú que ha perdut algun dels membres del cos però considera que la seva personalitat no s'ha immutat, de la gent que envelleix i considera que el seu veritable *jo* és una ànima jove que hi ha en el seu interior, o dels que han mort cerebralment i que, tot i que el cos continuï viu, són considerats vegetals, perquè l'única cosa important de debò és la ment. Són exemples excel·lents que ell situa com a prova de la concepció cartesiana del cos i en la qual el vol recuperar com a suport material que ens permet de ser persones en l'àmbit social, perquè ens permet de sentir, olorar, veure, experimentar, etc. i, d'aquesta manera, pretén recuperar el cos com la condició de possibilitat de ser social.

Hi estariem d'acord, però també sabem que hi ha un munt de cossos que no utilitzen el seu *suport* de la mateixa manera, i això ens hauria de prevenir d'anàlisis fins a cert punt etnocèntriques. No tothom respecta el seu cos de la mateixa manera, hi ha gent que es flagel·la, indis que es perforen els mugrons o fins i tot gent que no es renta! Hi ha més usos dels nostres *suports* dels que estem disposats a reconèixer. Precisament el que és impressionant és que el consum com a dispositiu de control social homogeneïtzi que puguem reconèixer el *consum d'un mateix* força globalment.

### **Exemple**

L'exemple més a mà és el del meu embaràs, del qual no vaig sentir absolutament res fins que no ho vaig saber, entre altres motius perquè tampoc no tenia accés a totes les narratives de les coses que s'han de notar i sentir de "manera natural" en aquests moments. El que és curiós és que, paral·lelament al discurs que has de sentir coses, sobretot si ja estàs cinc mesos embarassada, sents que això de no sentir-ho és molt més comú del que voldrien els discursos sobre la naturalesa maternal, i que més d'una dona s'ha escapat d'aquestes narratives. Però això no vol dir que els cossos pensin o deixin de pensar una cosa, ho possibiliten, igual que el polze va possibilitar escriure, però no ho condicionen. Tot embaràs no ha de provocar les mateixes emocions i, de fet, no ho fa.

Naturalment, hi ha espai per a la resistència, i els cossos que no són de tipus *top model* poden possibilitar un qüestionament i, com diu Shilling (1993), "permetre a la gent d'intervenir i canviar el flux de la vida diària". Però el cos no condiciona aquest fet ni el contrari. El que va generant les possibilitats de transformació no són els cossos, sinó els diferents discursos en conflicte amb les seves afectivitats i els seus cossos associats. El que cal, doncs, és construir un discurs alternatiu al del consum d'un mateix.

### **3.3. El consum dels altres**

En el nostre sentit comú, no hi ha dubte que hi ha coses que no es poden descriure amb paraules i coses que sí que es poden anomenar i que són fàcilment descriptibles. Mai no som conscients de totes les paraules i totes les accions que posem en pràctica perquè això sigui cert. I mentre ho acaba de ser, gràcies a les nostres pràctiques socials, efectivament no podem traduir en paraules les emocions per a poder compartir-les o comunicar-les als altres. Per això



s'estenen un munt de *punts consum* que connecten molt eficaçment paraules i emocions, amb la qual cosa les fan accessibles als qui ens envolten, però sobretot a nosaltres mateixos.

### Exemples

En són exemple els excel·lents anuncis de BMW, on queda molt clar que la irracionalitat que es permet als homes i que, a més, se'ls promou, es la de comprar-se un cotxe.

En un veiem un home blanc, europeu, de mitjana edat, presumiblement madur i equilibrat, enumerant les raons per les quals ha adquirit totes les seves possessions. Així, afirma que té la casa per la seva orientació: ni gaire freda a l'hivern ni massa calenta a l'estiu. Té dos fills perquè ha escollit entre la solitud d'un i l'enrenou excessiu de tres. Ha triat la seva dona per la combinació de bellesa, intel·ligència i tendresa. I, finalment, ha escollit el cotxe perquè... i després d'un silenci total, comença a descriure les qualitats de la gespa del jardí. Amb això queda clar que per a l'única cosa que no té argument és per al cotxe en qüestió, en un intent de generar el "sentiment" de tendresa envers un home tan calculador que mostra la seva part "femenina" en aquest caprici que, per tant, es mereix.

L'altre anunci de la mateixa marca encara aposta més fort, perquè transcorre directament en la posada en escena de la irracionalitat masculina: ens mostra, en viu i en directe, un home fent el ximple. És a la cuina de casa seva, envoltat de nens de totes les edats. La dona atén el nadó i serveix esmorzars a tort i a dret, mentre ell fa glopets de cafè i diu als afortunats fills que els pot portar a l'escola. Després torna, fa un altre glopet de cafè i duu les altres criatures a l'escola, i així successivament, fins que per fi pot sortir amb la dona i el nadó. És aleshores quan veiem el cotxe: com podem deduir, petit i gens adequat per a les seves necessitats, i a més mantenir-lo li fa la vida impossible. Però com que "S'escapa de la raó" (lema de l'anunci), està justificat que fins i tot a un home li passi, però només amb els automòbils, mai amb les tasques de la llar o amb la cura dels fills, per exemple...

### Nota

A d'altres també ens pot generar el sentiment d'indignació per tractar els membres de la seva família com a objectes de consum, però què hi farem, així són les coses avui en dia.

Ara bé, això són emocions de consum, i ho hem fet tan bé que creiem que no es poden explicar, i que no tenen res a veure amb el llenguatge, malgrat que hem vist el que diuen i fan els protagonistes d'aquests anuncis. Aleshores, com és que són tan evidentment discursius? El truc és fer veure que el discurs d'aquests anuncis està fet, bàsicament, d'imatges, i que, per tant, no és lingüístic, com si diguessin alguna cosa per si mateixes i sense l'ajuda del context i el sentit quotidià que els proporcionen els significats... Però aquest és el truc del nou mil·lenni, fer-nos pensar que les imatges, els cossos o el consum estan fora del discurs...

Les "baixes passions" que recreem en les fantasies eròtiques també se'ns venen com a emocions fora del discurs. A partir de donar per fet l'amor veritable, es manté la creença que les fantasies només són necessàries per a les persones insatisfetes amb la seva vida sexual. L'imperatiu de l'individu, la impossibilitat d'establir relacions de conveniència i l'amor romàntic, entre altres coses, només possibiliten les relacions amb els altres i amb la resta mitjançant fantasies de consum.

En un article recent sobre el tema de les fantasies, nord-americà, evidentment, s'afirma que el 95% dels homes i dones tenen fantasies sexuals. Però al contrari del que podríem pensar d'entrada, anuncien que no són un signe d'insatisfacció sexual o de qualsevol patologia (si us plau, cal subratllar la relació entre tots dos termes), sinó que es donen en la gent amb menys problemes sexuals.

És inevitable, perquè el sexe de consum no és el que ens pot oferir la nostra parella, tot i que si segueixen els consells dels sexòlegs televisius cada vegada serà més així, ja que ens sentirem capaços de sorprendre la parella amb la realització de les seves fantasies més íntimes, per més humiliants i degradants que siguin o per cursis que li resultin. Lamentablement, quan es pregunta per l'origen d'aquestes fantasies, la resposta només es dona en termes individuals, i es relata la història particular de cada home o dona: que si vivia a la platja, que si un parent el va tocar, que si el van castigar al col·legi... Res que pugui fer sospitar que una estructura de relacions de gènere muntada sobre el vessant emocional es troba al darrere, ja no solament de determinades fantasies, sinó de la necessitat de la fantasia per a culminar una relació sexual... amb una altra persona?

Està clar que hi ha d'haver fantasies de tot tipus, però una mirada a les més comunes i promogudes comunament en la cultura eròtica (literatura, filmografia, pintura, etc.) ens deixa com a denominador comú la propietat i l'objectivació de l'altre en nom de la pròpia satisfacció. La passió i les fantasies que l'alimenten se suposen individuals, suposició difícilment sostenible si pensem que afecten un percentatge de la població més que significatiu. La propietat, com demostren les llegendes sobre avars, no és només una condició jurídica, sinó també una emoció, l'emoció de consum per definició. Per aquest motiu, quan l'home s'adona que el que considera regalat o venut, una dona per exemple, té una autonomia personal més enllà de la que li permet d'anar a comprar i recollir els nens sense molestar-lo, se sent ofuscat. L'home que té en propietat una dona difícilment pot fer res més que consumir-la, i si no funciona, arreglar-la a força de cops, que és com s'arreglen tots els estris domèstics quan es desmunten.

### Lectura recomanada

Article sobre les fantasies sexuals:

H. Leontenberg i K. Henin(1995). Sexual Phantasy. *Psychological Bulletin*, 117(3). Citat a Maltz i Boss, 1998.

### Per què ens calen fantasies?

L'únic judici de valor en aquestes línies és sobre la manera en què es dissimulen les relacions de gènere. No s'ha d'intèrpretar en cap cas que es considera incorrecte que la gent es relacioni o deixi de relacionar-se mitjançant fantasies sexuals, el cert és que és igual de fantasies pretendre que sense fantasies l'un es relaciona autènticament amb l'altre, perquè això significaria pensar que en l'altre hi ha una veritat accessible.

## Resum

En aquest mòdul hem vist que les emocions funcionen com a dispositiu de control social en tant que reproductores de l'estructura social, però també com a possibilitadores de la transformació social. La gent s'apropia de les normes culturals, però no passivament. Reflexiona i actua per tal de resoldre les contradiccions i per a produir intel·ligibilitat a mesura que construeix les seves identitats. Els individus reproduïxen l'estructura social perquè tenen llibertat d'acció. La noció de llibertat individual és bàsica per a entendre el desenvolupament del que és emocional en el nostre temps, perquè *el joc* de les emocions té més conseqüències personals i socials que cap altre. Una desqualificació emocional desqualifica com a persona. No és casualitat que les emocions adequades es corresponguin amb els valors dominants de la societat.

Després hem proposat l'estudi del consum com una emoció emergent. La rellevància que té pensar en el consum està determinada pel seu caràcter central en les relacions socials contemporànies (Bauman, 1999). El consum configura el tipus de relacions que les persones estem disposades a establir en la majoria d'aspectes de la vida quotidiana. Tot i que en la societat moderna o industrial el consum només era necessari per a mantenir la producció, que era la veritable responsable de la identitat dels treballadors, en la societat postmoderna o de la informació el consum ja és necessari per a configurar les identitats. Sense consum no hi ha identitat. El consum ja no és, únicament, una relació anecdòtica entre la persona i els objectes que té, sinó una relació fonamental mitjançant la qual el subjecte es defineix a si mateix com a *consumidor*, i la resta del món, com a *objectes de consum*.

Això és el que permet d'entendre de quina manera s'ha *naturalitzat* el consum, ha passat de necessitat estructural a necessitat vital. La vella idea del consum racional de l'*homo economicus* no serveix per a comprendre la força del consum a l'hora de penetrar en tots i cada un dels espais de la vida. Només una comprensió dels processos que han convertit el consum en una nova emoció ens pot proporcionar les eines per a entendre'n la lògica i decidir si sucumbim o no als seus cants de sirena.



## Activitats

1. Com intervé el consum, com a procés social, en la constitució dels nostres desitjos i la transformació del nostre cos i de la relació amb els altres i amb nosaltres mateixos?

2. Com explicaríeu, amb les vostres paraules, aquesta afirmació? "El consum d'emocions i les emocions com a consum donen compte del procés de creació i manteniment de la nostra societat actual".

3. Exemplifiqueu els supòsits següents:

- Les emocions són un dispositiu de control social.
- Les emocions construeixen el gènere, el cos i els desitjos.
- El consum és una emoció.
- Les emocions possibiliten que les persones actuem amb uns rols socials determinats.

4. El consum d'objectes, el consum d'un mateix i el consum dels altres són:

- Conceptes psicosocials que expliquen determinats processos col·lectius.
- Fets passats, situats històricament i socialment, que exemplifiquen els canvis en les relacions socials d'avui en dia.
- Constructes heurístics que permeten de caracteritzar la societat actual.
- Argumenteu l'opció que heu triat.

## Glossari

**cognitivisme** *m* Dins el context d'aquest text, tesi segons la qual la conducta individual i interpersonal és l'expressió de processos psicològics, com ara el pensament, la percepció i el raonament.

**construccionisme social** *m* Podem qualificar de construccionista qualsevol posició fonamentada en un o més dels principis següents: 1. Cal qüestionar les veritats acceptades generalment. 2. Cal tenir en compte l'especificitat històrica i cultural del coneixement. 3. Els processos socials sostenen el coneixement. 4. El coneixement i l'acció social són inseparables. Es diferencia de la psicologia tradicional en el següent: 1. Antiessencialisme. 2. Antirealisme. 3. Especificitat històrica i cultural del coneixement. 4. El llenguatge com a condició prèvia del pensament. 5. El llenguatge, forma d'acció social. 6. Importància de la interacció i de les pràctiques socials. 7. Importància dels processos.

**desconstrucció** *f* Anàlisi d'un text amb la intenció de posar de manifest els discursos i els sistemes d'oposició que hi operen.

**discurs** *m* Conjunt coherent i sistemàtic de les imatges, metàfores i altres elements que construeixen un objecte d'una manera determinada. 2. Intercanvis orals entre persones.

**dispositiu 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).

**essencialisme** *m* Punt de vista segons el qual els objectes (incloent-hi les persones) tenen una naturalesa inherent i essencial susceptible de ser descoberta.

**postmodernisme** *m* Reacció contra les grans teories i la recerca de la veritat, i afirmació de la validesa de tots els punts de vista.

**reificar** *v tr* Considerar alguna cosa abstracta com a material i concreta, i actuar en conseqüència.

**reflexivitat** *f* Aplicació d'una teoria a la mateixa teoria i a les pràctiques corresponents (terme emprat pels autors construccionistes).

**repertori interpretatiu** *m* Conjunt de mecanismes lingüístics a què recorren els membres d'una determinada cultura per a construir les seves representacions (terme encunyat per Potter i Wetherell, 1987).

**subjectivitat** *f* Terme emprat dins el context del construccionisme social per a fer referència a l'estat del jo o del concepte de persona. Substitueix termes psicològics tradicionals, com ara personalitat i individu.

**text** *m* Cosa capaç de generar lectures i interpretacions, com ara els escrits, les imatges, la roba, els edificis, el menjar i els articles de consum.

## Bibliografia

- 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). Mèxic: Fondo de Cultura Económica.
- Beck, U. i Beck-Gernsheim, E. (1998). *El normal Caos del Amor*. Barcelona: El Roure.
- Bordo, S. (1997). Anorexia nerviosa: psychopathology as the crystallization of culture. A M. Gergen i S. Davis (Eds.), *Towards a New Psychology of Gender: A Reader*. Nova York: Routledge.
- Bourdieu, P. (1999). *Los intelectuales y la guerra* (document electrònic). <http://www.nettime.org/nettime.w3archive/199905/msg00315.html> (1 juny 1999).
- Burkitt, I. (1999). *Bodies of Thought. Embodiment, Identity and Modernity*. Londres: Sage.
- Crawford, J. et al. (1992). *Emotion and Gender. Constructing Meaning from Memory*. Londres: 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). Mèxic: Siglo XXI.
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo*. Barcelona: Paidós / ICE-UAB.
- García-Borés, P. et al. (1994). *Los "no-delinquentes". Cómo los ciudadanos entienden la criminalidad*. Barcelona: Fundació "La Caixa".
- Goleman, D. (1998). *Working with emotional intelligence*. Nova York: Bantam Books.
- Guillaumin, C. (1992). *Sexe, Race et Pratique du pouvoir. L'idée de Nature*. París: Côté-femmes.
- Harré, R. (Ed.). (1988). *The Social Construction of Emotions* (ed. original 1986). Oxford: Basil Blackwell.
- Ibáñez, T. (1994). *Psicología social construccionista*. Guadalajara, Mèxic: Universidad de Guadalajara.
- Iranzo, J. M. (1998). *Emociones globales: la reconstrucción social de una teoría de las pasiones*. Ponència presentada en el VI Congrès Espanyol de Sociologia, que va tenir lloc a la Corunya del 24 al 26 de setembre.
- 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*. Londres: Sage.
- Maltz, W. i Boss, S. (1998). *El mundo íntimo de las fantasías sexuales femeninas*. Barcelona: Paidós.
- Mèstrovic, S. G. (1997). *Postemotional Society*. Londres: Sage.
- Picard, R. W. (1998). *Los ordenadores emocionales*. Barcelona: Ariel.
- Préjean, M. (1994). *Sexes et Pouvoir. La construction sociale des corps et des émotions*. Mont-real: Les Presses de l'Université de Montréal.
- Shilling, C. (1993). *The body and Social Theory*. Londres: 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*. Londres: Routledge.
- Williams, S. (2001). *Emotion and Social Theory*. Londres: Sage.

