

¿Cómo enfermamos?

"... el móvil sirve menos para decir cosas que para estar en contacto, menos para metamorfosearse a través del habla que para verificarse. Lo que se pide a través del móvil es la experiencia de sentir al otro allí, cerca, accesible, presto; y complacerse en la voluptuosidad de pasar, con un impulso, de la soledad a la compañía, del silencio al diálogo, del anonimato a ser nombrado. Podría parecer que con el teléfono fijo se obtenía algo semejante, pero es precisamente la prestancia del móvil, la instantaneidad con la que el móvil responde y resuelve el deseo, lo que lo hace mágico y adictivo; como una droga, como el efecto raudo de las drogas".

Vicente Verdú

1. Algunos trabajos de campo, investigaciones alrededor del 'fin de siglo', nos alertan acerca de una nueva inestabilidad relacional:

a. Los jóvenes trabajadores industriales proponen una nueva regulación salarial insolidaria con las generaciones anteriores (racionalizada según la suposición de que los mayores tienen menos gastos, que sus necesidades son menores).

b. Las capas intermedias valencianas temen que el contacto/contagio con los que vienen de fuera, los emigrantes, pueda portar el germen de la disolución (una especie de mal difuso sólo indirectamente social, diríamos a-social, puesto que es temido en tanto que atenta contra la salud privada), pueden transmitir la enfermedad, ya que la causa puede ser microscópica y actuar aun a distancia.

2. Comprender qué somos los seres humanos supone pensar en la totalidad de las relaciones sociales. La 'mente' emerge a partir de la urdimbre entre relaciones sociales y sus productos, su memoria exosomática, tiempo acumulado.

La 'enfermedad' es uno de los objetos sociológicos por excelencia, no sólo por su condición en el contexto epistemológico, como motivo de la investigación, sino porque su existencia social depende de cómo sea designada, de su situación en el conjunto de los discursos, del campo discursivo.

De todas las definiciones de la sociedad actual, una de las más fructíferas es la que hace G. Deleuze. En "*Postdata sobre las sociedades de control*" dice que a las sociedades de soberanía (más recaudadoras que organizadoras y más ocupadas en decidir la muerte que en administrar la vida), y a las sociedades disciplinarias analizadas por Foucault (cuyo proyecto/ideal a partir de la fábrica era regirse mediante lugares de encierro) suceden las sociedades de control (crisis de los lugares de encierro, de todos los 'interiores'). Los controles -exteriores- suponen una nueva modulación en continuo cambio (la empresa, los juegos, que introducen una rivalidad entre todos y en cada uno -evaluación permanente-) , 'moratoria ilimitada', su lenguaje está hecho de cifras (contraseñas versus las consignas que organizan la pertenencia y la resistencia en las sociedades disciplinarias), axiomática (repertorio de fórmulas-cuentas sin código) reproducible y ampliable, que marca digitalmente el acceso/rechazo. "*Los individuos se han convertido en "dividuos" y las masas en muestras, datos, mercados y bancos*". El marketing es la máquina (informacional), control mecanizado -mediante el que la empresa persigue vender sus servicios-, es el instrumento con el que la empresa capta al "hombre endeudado".

En las sociedades así ordenadas, los profesionales, quienes tenían la capacidad para determinar la diferencia entre la enfermedad y la salud, se transforman en expertos, sus credenciales ya no se basan tanto en la 'competencia' -experiencia y desempeño del oficio, cuanto por su disponibilidad. Las prácticas profesionales devienen 'instrumentos de gestión', modo 'reflexivo' de cálculo y prevención de riesgos, que (pre)diagnostican múltiples estados de no-normalidad, en especial ajustan el repertorio de soluciones disponibles a los individuos.

Efecto de los recientes cambios en las relaciones sociales es la ruptura de 'pacto social', y la consiguiente vulnerabilidad de los sujetos, cada vez más un proceso que un estado. Robert Castel dice que en situaciones de vulnerabilización el conjunto de las relaciones sociales pierde su sentido, y el mercado se propone como la única totalidad representable-encuadre de problemas y soluciones-. Este proceso ocasiona la degradación de las garantías del empleo (antes la existencia de diferencias sociales no implicaba precarización, ahora las diferencias están desreguladas); la precarización hace que la solidaridad y los

acuerdos intergrupos sean cada vez más débiles por su creciente heterogeneidad - individualismo negativo-; 'descubre' un nuevo campo de acción social: los inútiles-normales, esos sujetos que ya no son integrables.

La relación de conjunto, aun en el conflicto, entre integrados y excluidos, característica de las sociedades llamadas industriales se ha roto, se ha producido una ruptura con la tradición vigente, por la autonomización del mercado que ha desconectado el trabajo de las medidas de protección y lo ha convertido en una pura mercancía. Todo esto provoca la desafiliación del sujeto y la anomia social, ya que el mercado, por sí mismo, es incapaz de reconstruir la cohesión social: la eugenesia neoliberal no se justifica apelando a la supervivencia colectiva sino a los costes de las conductas 'disgénicas' y la obligación de hacerse cargo de sí, como empresario de uno mismo (el riesgo viene del individuo).

En el capitalismo se ha desatado la *"guerra contra el principio de un tercero simbólico (Estado, leyes, reglas costumbres, culturas locales, etc.) que permita la mediación y el tejido del orden social"* (D. Quessada). Estrategia de fuerte violencia simbólica que actúa contra el orden simbólico haciéndole perder su función referencial, separándole de sus referentes, y debilitando su capacidad normativa. El orden anterior estalla en 'pluriverso' y profusión de significados, el mercado impulsa la captación acelerada de todo discurso -o de sus restos- para otros fines. Una de las consecuencias es la desaparición (difuminación, desorientación, desubicación) de las antiguas delimitaciones (cuerdo/loco, normal/patológico) que ahora son sucedidas por la aparición de todo tipo de trastornos y malestares (¿personalizados o a la carta?).

Las 'energías' liberadas irrumpen en el espacio del consumo ('fidelización' y prevalencia del acto de compra -formar comunidad aunque sea efímera o virtual) sobre el objeto y sobre la marca. El cuerpo -social/político y después individual-/'estetizado' que despliega la publicidad, se ofrece como superficie sobre la que significarnos, con la consiguiente pérdida de espesura, y descomposición que posibilita la apertura de nuevos territorios a captar.

3. A este proceso de agitada desocialización y posterior resocialización hay quienes se refieren como la generalización de una especie de 'totalitarismo del fragmento', que vendría a ser todo lo que nos queda del yo. La sociedad, dicen, de la multiplicidad de expertos, genera individuos confusos acerca de sus límites e incapaces, por tanto, de subjetivar y, en consecuencia, de objetivar. La quiebra de las relaciones a partir de las cuales se tejían las grandes agrupaciones, naciones o clases, y la descomposición de las formas anteriores de transmisión normativa suponen el fin del hombre público así como la paulatina corrosión de su carácter (Sennett, R.), cuyos rasgos son la ambivalencia, la liquidez, el desarraigo y la incapacidad para el recuerdo y la experiencia (Bauman, Z.), y la emergencia de nuevos yoes saturados a los que es imposible satisfacer en sus demandas (Gergen, J.).

La naturaleza -y la humanidad- son cuestionadas por sus productos, por los objetos, en especial por aquellos que se ofrecen para ocupar el lugar de los vínculos rotos, colmar la carencia relacional, objetos y servicios para recuperar la emoción, la comunicación, para conectar, para el consumo fáctico (a los que nos adherimos más bien estableciendo con ellos una relación no mediada por la inteligencia).

4. Si consideramos el modo mediante el que se reproduce la división, y se genera el conjunto niños/adultos, dos son las formas de integración en la transmisión social: iniciación y adicción (Zoja, L). Los ritos de iniciación evocan la muerte y el renacimiento mediante el ceremonial, pero en las sociedades consumistas se repite el acto olvidando, rompiendo el ciclo de purificación y renuncia.

En estas sociedades 'del olvido' el hiperindividualismo burgués se bifurca -exceso/defecto- acoplándose a nuevos tipos de 'trastornos' que podríamos llamar 'de objeto', tipos adictos y autistas (Alonso y Conde), que suceden o se superponen a los ya descritos en momentos anteriores (los neuróticos, deprimidos, estresados, dislocados).

-Tipo adicto: al consumo compulsivo, a la satisfacción instantánea, al potencial integrador de algunos objetos que, como las drogas, a ciertas prácticas (des)ritualizadas (repetidas ad nauseam), mediante las que se actualiza la pertenencia al grupo, entre el acceso al consumo y el exceso 'tóxico(manía)' que contienen el grupo. El lugar que ocupaban las drogas se trastoca y, así, se normalizan (los jóvenes sólo rechazan la heroína, y consumen para experimentar con el límite -que se ha vuelto incierto-, 'a muerte').

-Tipo autista (social): resultado de la incapacidad para representarse el conjunto y el lugar propio, muestra una gran dificultad para dialogar/ponerse en el lugar del otro, de atender/escuchar (cuando los objetos no son consistentes, no permanecen fijando el entorno de los niños, el autismo puede actuar como y extrema forma de defensa de su identidad infantil).

Pura Duart
Febrero, 2009.

Bibliografía

- Alonso, L.E. y Conde, F.: "Gente conectada: la emergencia de la dimensión fática en el modelo de consumo glocal". *Política y Sociedad*, Vol 39, 1, Madrid, 2002.
- Bauman, Z.: *Modernidad líquida*. México, F.C.E., 2007.
- Castel, R.: *La metamorfosis de la cuestión social: una crónica del asalariado*. Barcelona, Paidós, 1997.
- Gergen, J.: *El yo saturado: dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona, Paidós, 1992.
- Quessada, D.: *La société de consommation de soi*. Paris, Editions Verticales, 1999.
- Sennett, R.: *La corrosión del carácter: las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona, Anagrama, 2000.
- Zoja, L.: *Drogas: adicción e iniciación. La búsqueda moderna del ritual*. Barcelona, Paidós, 2003.