



Contribuciones desde Coatepec
ISSN: 1870-0365
rcontribuciones@uaemex.mx
Universidad Autónoma del Estado de México
México

Coronavirus y la infección viral del narcisismo: la crisis sanitaria desde la teoría crítica del valor y el psicoanálisis

Tamez-Sánchez, Orlando

Coronavirus y la infección viral del narcisismo: la crisis sanitaria desde la teoría crítica del valor y el psicoanálisis

Contribuciones desde Coatepec, vol. 19, Esp., 2022

Universidad Autónoma del Estado de México, México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28173238005>

Coronavirus y la infección viral del narcisismo: la crisis sanitaria desde la teoría crítica del valor y el psicoanálisis

Coronavirus and the viral infection of narcissism: The health crisis from the critical theory of value and psychoanalysis

Orlando Tamez-Sánchez *

Universidad Autónoma del Estado de México, México,
México

nageveggie@gmail.com

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28173238005>

Recepción: 12/01/2022
Aprobación: 15/07/2022

RESUMEN:

El presente artículo pretende aportar elementos al debate sobre las causas y probables consecuencias de la pandemia. Se abordarán temas como el impacto ambiental y la emergencia del virus sars-cov-2 desde un enfoque filosófico centrado en la crítica del valor y el psicoanálisis. El propósito principal del texto es ampliar el panorama para contribuir con la reflexión en torno a cómo enfrentar la crisis sanitaria de manera crítica contra la cultura fetichista y narcisista, ejercicio que se ha tornado necesario en nuestra actualidad.

PALABRAS CLAVE: Fetichismo de la mercancía, Cultura narcisista, Estado de excepción, Crisis ambiental.

ABSTRACT:

This paper aims to contribute to the debate on the causes and probable consequences of the pandemic. The environmental impact and the sars-cov-2 virus emergency are addressed from a philosophical approach centered on the critique of value and psychoanalysis. The purpose of the text is to broaden the panorama to contribute to the reflection on how to critically face the health crisis against the fetishistic and narcissistic culture. An exercise that has become necessary nowadays.

KEYWORDS: *Commodity Fetishism, Narcissistic Culture, State of Emergency, Environmental Crisis.*

INTRODUCCIÓN

Sucedió lo que ya se había dicho. Llegó el coronavirus y se extendió por toda la especie humana. Las amenazas estaban ahí; primero fue la gripe aviar (H5N1), luego el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS-COV) y enseguida la influenza porcina (H1N1). Anticipar la enfermedad nos permitió elaborar un protocolo de acción para contener los contagios. Creímos que todo estaría bajo control. Hasta el día de hoy podría decirse que sin el protocolo, bien o mal aplicado, pudo ser peor, las consecuencias pudieron ser más graves. Sin embargo, sucedieron más imprevistos.

El contexto es distinto, en comparación con la emergencia de los virus antecedentes. Hemos llegado a un punto histórico de avance tecnológico donde la digitalización y las redes de comunicación virtual abarcan casi toda la actividad humana; no solo en la vida laboral, sino también en la personal y social. Este hecho puede considerarse una ventaja para seguir el protocolo sanitario, ya que el cierre de los espacios públicos hubiese sido letal para la economía y para la administración estatal. En tiempos de la vieja burocracia, muchos trámites quedarían pendientes y el mercado colapsaría; sin embargo, con la digitalización de los trámites oficiales, el comercio electrónico y las videoconferencias, el confinamiento fue posible. Pero el mundo virtual

NOTAS DE AUTOR

- * Licenciado en Filosofía por la Universidad Autónoma del Estado de México, titulado con la tesis *Hebert Marcuse: Hacia una teoría estética de la emancipación*. Actualmente es maestrante en Filosofía Contemporánea con el proyecto de investigación *Fantasma ideológico, fetichismo de la mercancía y fetichismo de la democracia. La influencia lacaniana en el pensamiento político de Slavoj Žižek*. Su principal línea de investigación es la filosofía política contemporánea.

también reproduce la acelerada forma de producción capitalista sostenida por la cultura del consumo. Si la emergencia sanitaria tiene relación con el deterioro ambiental, entonces el consumismo representa una fuente desatendida y es menester una confrontación crítica.

Durante la pandemia hicimos lo mismo que en tiempos anteriores: consumir mercancías a gran escala, actuar por temor, tirar basura, trabajar, entre otros aspectos. La emergencia de un virus altamente contagioso no es la única amenaza en nuestra época; existen innumerables advertencias sobre las consecuencias del calentamiento global, la devastación ambiental y la sobreexplotación de los recursos naturales. La pregunta es: ¿hay alguna relación entre nuestro consumo desmesurado, la crisis ambiental y la pandemia? Trazar una línea causal entre estos tres elementos resultaría una tarea ambiciosa, pero nos conduciría hacia la raíz del problema; es decir, las probables causas de la crisis sanitaria.

El fenómeno es bastante complejo, pues aún no sabemos con precisión qué fue la pandemia; conocemos que la provocó un virus contagioso, pero el lenguaje es ambiguo y tiende a sesgar la información, sobre todo en estos tiempos donde la comunicación parece no tener límites. Lo cierto es que la pandemia no fue un fenómeno aislado o limitado a la salud, hay muchos otros factores a considerar, no necesariamente como causas, pero sí como aquellos que influyeron en su conformación. En el presente ensayo se intentará elaborar un esquema argumentativo que relacione el impacto ambiental, el sujeto consumista y la pandemia como estrategia biopolítica. La idea no es encontrar las causas de la pandemia, sino ampliar su comprensión. Si aumentamos el enfoque hasta los límites del fenómeno, es decir, si observamos desde la periferia, encontramos nuevas perspectivas.

EL SUJETO NARCISISTA EN LAS CRISIS SANITARIA Y AMBIENTAL

Una cuestión de la que ya se ha escrito e investigado, aunque no se enlistó en la agenda política para mitigar la crisis sanitaria, es el impacto ambiental como probable causa de la pandemia. Aún se desconoce el origen del virus sars-cov-2, pero se especuló que surgió en el mercado de Wuhan, donde un murciélago pudo ser el portador del patógeno. Según el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) (Delia Grace, 2020: 4):

Los principales factores antropogénicos que propician la aparición de zoonosis, desde intensificación agrícola hasta el aumento de la demanda de proteínas animales, pasando por la conversión de las tierras y el cambio climático. Estos factores desencadenantes están destruyendo los hábitats naturales y haciendo que la humanidad explote más especies, lo que causa un contacto más cercano de las personas con los vectores de enfermedades.

Confiamos ciegamente en la vacuna contra el covid-19, como sucedió con la viruela, el sarampión y la polio. Pero no hay que pasar por alto que la amenaza sigue latente. Aunque la aparición de nuevos virus es inevitable, el deterioro ambiental agrava la situación; pues este tipo de virus, comúnmente llamados gripes, han resistido a las vacunas y siguen mutando. Quizá sea momento de buscar una solución que no atienda solamente a las consecuencias del contagio, sino a la causa de su persistente amenaza.

La crisis ambiental no es algo nuevo, el problema se estudia desde hace décadas. A pesar de ello, los esfuerzos por revertir el deterioro ecológico no son eficientes. De nuevo confiamos en la ciencia y la técnica, en las energías limpias y el mercado ambientalista.¹ Pese a eso, no hemos dado un paso significativo en la reducción del deterioro ambiental. La razón yace en nuestra acelerada producción y consumo. Durante mucho tiempo hemos dejado de lado este hecho, tal vez somos conscientes de él, pero en la práctica, en nuestra vida cotidiana, actuamos como si no ocurriera. ¿A qué se debe tanta incongruencia?

Hablar de una *forma de conciencia* nos conduce a indagar sobre la *forma de sujeto*, propia de esta contradicción. Existe un sujeto o subjetivación que reproduce una conciencia paradójica donde permanece la distancia entre lo que sabemos y lo que hacemos. Con ello, se propone al *sujeto narcisista* y su conciencia *fetichista* como el sujeto propio de nuestra sociedad de consumo y como el principal obstáculo para revertir el

deterioro ambiental. Más adelante, se explicará por qué las medidas para combatir el contagio, lejos de ofrecer una solución, se limitan a reproducir la misma forma de sujeto.

Mientras el impacto ambiental siga creciendo, la amenaza de la pandemia seguirá latente; si no atendemos este problema, difícilmente podremos contener la emergencia de nuevos virus. A continuación, a partir del análisis de algunos ejemplos, se expone la presencia de este tipo de sujeto, es decir, la conciencia paradójica en la que las acciones se alejan de sus intenciones.² Posteriormente, se plantean las características generales del sujeto narcisista y el fetichismo de la mercancía.

En mayo del 2021, la empresa deportiva Adidas lanzó la campaña Run for the Oceans (corre por los océanos), dirigida a los aficionados del atletismo; es un reto que consiste en intercambiar kilómetros recorridos por residuos plásticos obtenidos de la limpieza de los océanos. La distancia recorrida por los atletas se mide en una aplicación de *smartphone* con tecnología GPS. ¿Es posible limpiar los océanos con el solo acto de salir a correr todos los días?, ¿no sería mejor impulsar un reto, aún más ambicioso, de *reducir el consumo* de plásticos? Eso sería un sacrilegio para nuestro mercado, pues no existe una herejía más escandalosa para el capitalismo que la idea de *reducir el consumo*.

Al investigar si Adidas había aminorado su propio consumo de plásticos, se constató que desde 2016 la empresa fabrica sus productos con 50 % de poliéster reciclado, es decir, aún produce residuos plásticos, aunque en menor cantidad. Si el objetivo principal de la campaña es aumentar las ventas al posicionar la marca dentro del nuevo mercado de empresas socialmente responsables, entonces no importa que el producto se fabrique con menor material contaminante, pues el aumento de ventas inducirá un incremento de residuos plásticos.

La tendencia a encubrir con panaceas altruistas la devastadora realidad de nuestro exacerbado consumo es lo que Žižek (2009) llama *capitalismo cultural*. La crítica del filósofo esloveno a la ética caritativa del capitalismo es contundente. La idea de que el impacto ambiental, la miseria de la desigualdad social y la explotación pueden resolverse mediante el consumo de bienes es perversa; despolitiza al individuo al eximirlo de su responsabilidad social mediante la compra de una mercancía con un valor agregado: el valor ético de la responsabilidad social. ¿No es una forma absurda e irracional de asumir nuestro compromiso social, donde incluso nuestros valores se ejercen bajo la lógica del mercado? Basta con observar la enorme diferencia entre correr y limpiar un océano, o comprar un café y mantener un niño huérfano de un país tercermundista. Reducir la contaminación de los océanos bajo la misma lógica del mercado es una de las tantas soluciones falsas del *capitalismo cultural*.

Otro ejemplo es el supuesto remplazo de los hidrocarburos y del carbón por *energías limpias*. Científicos ambientalistas, como Richard Heinberg, autor de *The End of Growth* (2011) y Ozzie Zehner, autor de *Green Illusions* (2012), entre otros, denuncian el engaño que hay detrás de las energías limpias. Por ejemplo, para construir turbinas eólicas, autos eléctricos, celdas solares, plantas de biomasa, así como producir etanol y extraer gas natural, se necesitan prácticas industriales dañinas al medio ambiente, como el fracking, la explotación minera, la excesiva combustión de carbón, la deforestación y extracción de tierras raras.

En su documental *Planet of the Humans* (2019), Jeff Gibbs expone el gran negocio detrás de las energías verdes, donde magnates como Bill McKibben invierten una fortuna para promoverlas. No obstante, el cineasta reveló, con base en un documento expedido por la United States Securities and Exchange Commission (Comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos), que el magnate tiene un porcentaje muy bajo de inversión en energías limpias, mientras que la mayor parte de sus acciones se encuentran invertidas en minería, plantas de gas natural, refinerías y bancos. Con ello se advierte que los responsables de la solución son también parte del problema.

Otra desventaja de las energías verdes es su corta duración, puesto que su fabricación y mantenimiento son costosos y requieren el constante remplazo de refacciones, lo que implica una continua explotación de los recursos. Actualmente hay plantas de celdas solares abandonadas o con un rendimiento muy bajo por falta de mantenimiento. Jeff Gibbs formula una pregunta que vale la pena considerar: “¿Podrán estas nuevas

tecnologías provenientes de la civilización industrial salvarnos de la civilización industrial?”. El problema es grave, pues significa una crisis de la ciencia técnica. El hombre ha sido capaz de explorar la Luna y Marte, descifrar misterios del macro y microcosmos, de transformar la materia y dominar la energía nuclear, pero con todo, no ha podido aminorar el impacto ambiental y sus terribles consecuencias.

Quizá la respuesta no es proponer soluciones prácticas a corto plazo. Tal vez, por el contrario, sea momento de detenerse a repensar los fundamentos que sostienen nuestra condición humana de apetito voraz de consumo. Ahí donde la ciencia y la tecnología fracasan, la filosofía ofrece una posible respuesta. Por ello, se ahondará en algunos autores críticos del sujeto para comprender su naturaleza. Sobre todo aquellos como Karl Marx, para quien existe una estrecha relación entre sujeto y economía, entre realidad social objetiva y subjetivación. Así, para Marx, como para otros filósofos marxistas que se analizarán a continuación, la crítica del valor deriva en una crítica del sujeto.

FETICHISMO DE LA MERCANCÍA Y NARCISISMO CULTURAL

El retorno a Marx se ha vuelto un lugar común, pero es necesario elaborar una nueva lectura, de acuerdo con las condiciones históricas en las que vivimos. Una de las principales nociones es el *fetichismo de la mercancía*. Hoy en día, las sociedades capitalistas enfrentan nuevas crisis globales: la amenaza de la catástrofe ecológica y la emergencia de virus contagiosos han despertado un renovado interés por el marxismo, sobre todo las reflexiones motivadas por el primer capítulo de *El Capital*, referente a la teoría del valor y “el carácter fetichista de la mercancía y su secreto”. Aunque el tema ha sido abordado por diferentes autores en tiempos y lugares distintos, bajo diversas perspectivas, hay un grupo de investigadores que se distinguen por centrarse en él en su programa de investigación.

La crítica del valor comenzó su desarrollo desde 1984 en la revista alemana *Krisis*, y más tarde Robert Kurz y Roswitha Scholz, sus principales colaboradores, fundaron la revista *Exit!* (Jappe, 2016). Las publicaciones sobre la crítica del valor son la fuente de inspiración de uno de los más prolijos estudiosos del tema: Anselm Jappe, también miembro del grupo *Krisis*. Asimismo, hay más estudiosos interesados en el *fetichismo de la mercancía*, que representa una herramienta conceptual para la crítica del valor y del discurso ideológico, por ejemplo, Slavoj Žižek, uno de los filósofos más controversiales de la actualidad, le dedica varios capítulos en sus primeros textos. Anselm Jappe y Slavoj Žižek comparten una misma preocupación: la crisis ecológica que amenaza los propios límites del capitalismo y de la existencia humana. Para ambos, la clave está en el fetichismo de la mercancía; no obstante, cada uno tiene su perspectiva y llega a conclusiones distintas.

Anselm Jappe escribió numerosos artículos para varias revistas en Roma, Milán, Barcelona y Caen. Especialista en el pensamiento de Guy Debord, este autor combina la teoría del valor, la teoría crítica y el psicoanálisis, para desarrollar lo que llama *teoría crítica del valor*. Según afirma Jappe (2016), las crisis cíclicas del capitalismo han sido crisis de valor, como sucedió con la caída de la bolsa estadounidense en los años treinta, la burbuja inmobiliaria y bursátil de Japón y la caída del valor del peso en México. No hemos experimentado aún una crisis general y final del capitalismo como lo esperaba Marx (Domínguez, 2000), en su lugar han ocurrido crisis locales y temporales, donde se ha constatado una y otra vez la capacidad de recuperación de este sistema. Jappe (2016) no descarta la posibilidad de la llegada de esa crisis final.³ La crisis que plantea tiene su raíz en la teoría del valor, en la ley tendencial de la tasa de ganancias⁴ y en la crisis ecológica:

Para producir una misma cantidad de valor, es necesaria una producción continuamente ampliada de valores de uso, y en consecuencia un consumo incrementado de recursos naturales [...]. Todo el mundo concreto se va consumiendo entonces poco a poco con el fin de conservar la forma valor. En el sistema del valor, la productividad incrementada de trabajo es una desgracia, porque ella es la razón profunda de la crisis ecológica (Jappe, 2016: 121).

La caída de la tasa de ganancias, debida a la competencia y el aumento del capital constante, se ha sostenido mediante el incremento en la producción de bienes y el aumento en su consumo; para lograr una ganancia se tiene que vender un volumen cada vez mayor de un producto. La ley propuesta inicialmente por Marx se formula de acuerdo con la producción, nos dice cómo revertir la caída de la tasa de ganancias (mediante la producción de un volumen mayor de valores de uso), pero es insuficiente para explicar el mecanismo de incremento del consumo. Es aquí donde la teoría del discurso, la crítica cultural y el psicoanálisis intervienen.

Para aumentar el consumo es necesario que el capitalismo dirija todas sus fuerzas persuasivas hacia un tipo de sujeto dócil, maleable e insaciable. Un sujeto que sea reproducible en el discurso, en el que identifique la voz de sus propios deseos. Para entender mejor esta premisa se requiere elaborar una lectura de la definición de fetichismo de la mercancía. Según Marx (2014: 41), el carácter fetichista de la mercancía surge como un problema relativo a la determinación del valor del trabajo: “La determinación de la magnitud del valor del tiempo de trabajo es, por tanto, un secreto oculto bajo los movimientos aparentes de los valores relativos de la mercancía”. Sin embargo, conduce el curso argumentativo hacia el proceso de subjetivación del valor objetivo, en otras palabras, hacia la determinación del sujeto en el modo de producción capitalista. Para Marx (2014), el mundo de los objetos pierde sus propiedades naturales en el momento en que se le aplica un trabajo. La pérdida de estas propiedades no se refiere únicamente a la transformación de la materia prima en artefactos, herramientas o mercancías, se trata de un cambio simbólico:

Pero en el caso de la visión realmente se proyecta luz desde una cosa, el objeto exterior, sobre otra cosa que es el ojo. Se trata de una relación física entre cosas físicas. En cambio, la forma mercancía y la relación de valor entre los productos del trabajo, en la cual aquella se presenta, no tiene absolutamente nada que ver con la naturaleza física de los mismos, ni con las relaciones resultantes entre las cosas. No hay aquí nada más que una determinada relación social entre los hombres mismos, que adquiere para ellos la forma fantasmagórica de la relación entre cosas (Marx, 2014: 36).

¿Por qué la necesidad de contrastar una relación *natural* de las cosas con la forma de mercancía? Resulta curioso cómo Marx la ejemplifica con la visión —y no con los usos— que el sujeto les da. Esto se debe a que Marx ya intuía que en el mundo del trabajo los objetos pierden su propiedad natural. En estos términos, para no perder su *naturalidad*, se les puede ver, oler, tocar y sentir, pero en el momento en que se usan para convertirlas en mercancías dejan de ser naturales.

De acuerdo a Marx, en la transformación de la materia se desprende algo opuesto a ella, es decir, la forma. En el momento en que algo se fabrica, adquiere una figura cuyo resultado depende del uso al que se les destina, adquiere así el estatus de objeto. Se crean herramientas, vestimentas, objetos de culto religioso, insignias, productos decorativos, artículos deportivos, entre muchas otras posibilidades. El trabajo para tornar una cosa en objeto útil es individual y está sometido a la satisfacción de una necesidad.

La forma no es independiente del uso; no obstante, cuando ese objeto se destina al *intercambio*, el trabajo es diferente: no deja de ser individual, pero funciona también como social. Hasta aquí, Marx elabora una teoría sobre las formas de los objetos y del trabajo, pero aún no hay sospecha de algo oculto tras la manera en que el trabajo adquiere valor en el capitalismo, pues la transformación de la naturaleza en objetos fabricados es una característica general de la actividad productiva.

El fetichismo aparece con el surgimiento del dinero como equivalente general y bajo las condiciones de la producción capitalista. El problema radica en la determinación del valor de un objeto para intercambiarlo. En este aspecto, Marx no procede igual que la economía clásica, donde el valor de una mercancía se determina por el costo de su producción; este autor concibe el valor como una entidad fuera del objeto, algo que se le adhiere, pero no es su propiedad. En este sentido, al tratar el valor en sus aspectos formal y cualitativo, se encamina a describir su valor de uso y valor de cambio.

Cuando el objeto adquiere su condición de objeto de intercambio, y el trabajo su aspecto social, se valoran bajo una lógica de equivalencias y diferencias. La cuestión de si diez metros de tela equivalen a dos kilos de tabaco nos sumerge en una relación dialéctica donde dos productos diferentes son equivalentes, solo basta decidir cuándo y en qué cantidad lo son. El problema se resolvió con el dinero, esto es, un equivalente general

cuyo valor de uso es su valor de cambio; en otros términos, una unidad abstracta o una pura imagen sin contenido. El dinero adquiere su valor únicamente en el intercambio, su uso es por completo social.

Aunque los objetos se vuelven mercancía por efecto del intercambio y la injerencia monetaria, aún no alcanzan su figura *perversa*, es decir, la forma *fetichista de la mercancía*. Para ello, antes deben suceder dos hechos: la división social del trabajo, que lo vuelve abstracto, y su apropiación por parte del capitalista. En efecto, Marx establece una estructura elemental en la lógica del intercambio, donde las relaciones sociales de trabajo aparecen como “relaciones de cosas entre personas y como relaciones sociales entre las cosas” (Marx, 2014: 37).

El trabajo sufrió un cambio cuando dejó de generar mercancías para los productores, cuando la transición del mercantilismo al capitalismo y la emergencia del trabajo asalariado —donde el trabajador ya no vende el fruto de su esfuerzo, sino su propia fuerza de trabajo— determinaron la producción. Se transformó en *trabajo abstracto*; su conexión con el *valor abstracto* radica en que se valora como si fuese una mercancía más, entrará en la lógica de las equivalencias y diferencias bajo la mediación del dinero. El fetichismo de la mercancía adquiere su forma acabada con el dinero. Pero, como ya se mencionó, para sostener su valor abstracto tiene que surgir un tipo de sujeto, el cual se determinará en una cultura del consumo y el despilfarro.

Si el tiempo relativo para producir la cantidad indispensable de mercancías destinadas a satisfacer las necesidades del trabajador disminuye, entonces este, a juicio de Marx, tendría que trabajar menos y tendría más tiempo libre. Sin embargo, la fijación de una jornada laboral obliga al obrero a trabajar más tiempo de lo requerido, a lo que el economista alemán llama un *plustrabajo* (Jappe, 2016). En consecuencia, la ganancia o el valor excedente, es decir, el *plusvalor*, pasa a los dueños de los medios de producción. No hay una ganancia de valor sin un aumento de esfuerzo. La cantidad de ganancia supone también la renuncia del trabajador a ella. Aquí se ve resonar la teoría hegeliana del amo y el esclavo. Para que el capitalista pueda quedarse con el excedente, el trabajador debe reconocerle como su propietario, renunciar así al producto del excedente de su trabajo y debe hacerlo voluntariamente; su trabajo y las relaciones sociales que entabla deben parecerle como algo distinto de lo que son.

El valor abstracto del dinero vacía al valor de todo contenido concreto. El engaño fetichista consiste en que este valor abstracto, universal y vacío se percibe como si fuese una propiedad inmanente de los objetos. En otras palabras, la ilusión reside en un mecanismo de *inversión* donde lo particular adquiere el valor de lo universal, lo concreto se vuelve abstracto, “el valor de uso se convierte en forma fenoménica de su opuesto, valor abstracto [...], el trabajo concreto se convierte en una forma fenoménica de su opuesto, trabajo humano abstracto” (Marx; citado en Jappe, 2016: 42-43). En la renuncia del trabajador al *plusvalor* sucede una inversión, ya que le parece propiedad del capitalista.

La característica principal del fetichismo de la mercancía es ocultar la lógica de las relaciones sociales de producción capitalista mediante la creencia invertida de que el valor abstracto, universalmente equivalente, es una propiedad natural de los objetos. En el sentido social, la renuncia del sujeto también se oculta en la creencia en la propiedad privada del *plusvalor*. La primera premisa va más allá del sentido social, significa también la presencia de la forma fetichista en la relación del sujeto con el mundo de los objetos, cuando interviene en la manera en que ese sujeto percibe su realidad. Lo importante aquí no es solo quedarse con una definición de fetichismo que se derive de la teoría crítica del valor, sino centrar la atención en el tipo de subjetividad que se desprende de ella, interesa su análisis en relación con la cultura fetichista/narcisista.

Marx describe a un sujeto que actúa sin saber lo que hace, es decir, al *sujeto autómatas*. El tipo de relación entre el sujeto y el objeto es fetichista cuando implica a su vez una relación de *saber*, o mejor dicho, de *no-saber*. ¿Acaso no ubica al inconsciente en eso que “se produce a sus espaldas”? Aunque en el filósofo alemán se vislumbra una crítica al sujeto, esta se desarrolla mejor en la filosofía contemporánea del posestructuralismo. No es extraño encontrar en estas críticas referencias a Marx. Así, por ejemplo, Lacan se sirve de él para emprender su postura desde el psicoanálisis. Lo que sucede en el inconsciente permanece oculto a la conciencia, esta es la premisa de la que parte el psicoanálisis para desarrollar su método —el cual

consiste en la interpretación de *síntomas*, es decir, de señales o *signos* de anomalía—. Lacan descubre el vínculo entre el fetichismo de la mercancía y el síntoma, en su seminario titulado *De un Otro al otro*. Según el filósofo francés, Marx descubrió el síntoma en la noción de plusvalía:

Un sujeto es lo que puede ser representado por un significante para otro significante. ¿Esto no reproduce el hecho de que en lo que Marx descifra, a saber, la realidad económica, el tema del valor de cambio está representado al lado del valor de uso? En esta falla se produce y cae lo que se llama plusvalía. [...] Lo mismo sucede con el síntoma. ¿En qué consiste este sino en la mayor o menor facilidad de recorrido del sujeto en torno de eso que nosotros llamamos el plus-de-gozar, pero que él mismo es incapaz de nombrar? (Lacan, 2008: 20-21).

Sin embargo, para Lacan la analogía entre síntoma y plusvalía es una manera de presentar al sujeto como resultado estructural del lenguaje en el inconsciente. Su principal interés es vincular al discurso con el goce, no indagar sobre la presencia histórica de la conciencia fetichista. En otras palabras, el sujeto al que se refiere no tiene un aspecto específico. No es así con Jappe y Žižek, para quienes la forma fetiche del valor corresponde tan solo a la figura histórica de nuestra sociedad capitalista.⁵ Žižek conserva la perspectiva del sujeto como resultado estructural y como elemento estructurante sin prescindir de su carácter temporal, mientras Jappe interpreta al sujeto como resultante de la sociedad fetichista y la cultura narcisista.

En *El sublime objeto de la ideología*, Žižek menciona por primera vez el vínculo entre fetichismo de la mercancía y saber. Según el filósofo esloveno: “Antes de que el pensamiento pudiera llegar a la idea de una determinación puramente *cuantitativa*, un *sine qua non* de la ciencia moderna de la naturaleza, la pura cantidad funcionaba ya en el dinero” (Žižek, 1992: 42); en otras palabras, “[...]‘la *abstracción real*’ es el *inconsciente del sujeto trascendental*, el soporte del conocimiento científico objetivo-universal” (Žižek, 1992: 43). Esta tesis resonará más tarde en sus obras *Menos que nada*. *El espinoso sujeto*.

Sin embargo, Žižek no concuerda con la definición marxista de fetichismo de la mercancía. Afirma que en las sociedades precapitalistas las relaciones interpersonales se fetichizan como vínculos de dominio y servidumbre; esto no sucedía en la mercancía, pues no existía aún una producción para el mercado. Por otro lado, en las sociedades capitalistas hay contratos entre sujetos libres y autónomos y no existe una relación transparente entre amo y esclavo; no obstante, como lo afirma Žižek (1992), se paga con otra forma de fetichización, en vista de que las relaciones sociales de producción ahora se muestran como relaciones sociales entre cosas.

Para este filósofo, también el fetichismo de la mercancía describe un mecanismo que trasciende la esfera de la economía política, se trata más bien de un síntoma social. En la sociedad capitalista, el mercado se justifica ideológicamente por la supuesta existencia del intercambio equivalente y equitativo, pero en realidad hay un intercambio de mercancías cuya cualidad principal es la explotación. Sin embargo, Žižek no ahonda en el tipo de subjetividad que resulta del fetichismo, se limita a analizar la materialidad del dinero, no como propiedad física, sino como objeto abstracto y vacío, como *objeto sublime* u objeto causa del deseo (objeto . lacaniano). No obstante, aunque no menciona al sujeto narcisista, lo sugiere como *solipsista práctico*: “Todo lo que ve cada quien en su socio es a otro sujeto que sigue su interés y que a él solo le interesa en la medida en que posea algo —una mercancía— que pueda satisfacer alguna de sus necesidades” (Žižek, 1992: 52).

Para Freud, el narcisismo designa tanto una patología como una teoría de la economía libidinal, donde la libido puede fluir hacia el exterior o hacia el yo; una concentración excesiva de libido en el yo provoca lo que este autor denomina *neurosis narcisista*. También designa una teoría de la génesis del yo; en un principio la libido se concentra y dirige hacia el yo (narcisismo primario), para después buscar su satisfacción en el objeto externo. Cuando la libido comienza a fluir hacia el exterior, la satisfacción libidinal se obtiene directamente del objeto o por el cumplimiento del ideal del yo impuesto desde afuera. Algunos fenómenos patológicos, como la megalomanía, la paranoia o la melancolía, son considerados regresiones narcisistas.

Los estudios sobre el trastorno de personalidad narcisista proliferan en las investigaciones clínicas, pero a mediados del siglo XX, con los estudios sociológicos de la escuela de Frankfurt, el psicoanálisis sirvió de herramienta para describir la personalidad típica del líder totalitario (Jay, 1974). Marcuse (1993) presentó

una versión antropológica del sujeto acrítico, dócil y obediente como reflejo de una cultura conformista. Otros autores contemporáneos, como Erich Fromm (2006), y Gilles Lipovetsky (2000), han escrito críticas a la cultura de la personalidad narcisista. No obstante, autores como Anselm Jappe nutren sus propias reflexiones en el enfoque de Christopher Lasch; pues él analiza, con aguda precisión y coherencia, los mecanismos típicos de la personalidad narcisista, a partir de estudios clínicos, comparados con los distintos ámbitos de la vida cotidiana en sociedad, como el espectáculo, el deporte, la política, la educación, la sexualidad, lo público y lo privado.

En *La sociedad autófaga*, Anselm Jappe expone los diversos giros de la teoría psicoanalítica sobre el narcisismo; retoma la lectura de Christopher Lasch, pues en ella se describe el narcisismo como tendencia social y los patrones donde se manifiesta dicho trastorno en la cultura. A pesar de los cambios de significado, Jappe (2019: 108) parte de la siguiente definición del narcisista:

En su inconsciente no reconoce la existencia de objetos fuera de sí mismo; los vive como parte de su yo. Tales objetos son para él proyecciones de su mundo interior, prolongaciones de su propio ser; al igual que para el niño pequeño que aún no puede soportar el estado de dependencia total.

No es que el mundo le sea indiferente al narcisista, pero le importa solo en la medida en que puede satisfacer las demandas de su ideal del yo, mide todos los objetos con la misma regla. El sujeto es incapaz de enriquecerse con la experiencia del contacto con los objetos, los vive como una prolongación de sí mismo. Jappe le reconoce a Lasch haber expandido el sentido y significado de narcisismo, al extenderse de la esfera individual hacia las diversas esferas de la vida humana en sociedad. Empero, critica que se haya limitado a enunciar síntomas en la cultura sin encontrar un fundamento sólido que sirva de vínculo entre sociedad y narcisismo. Este estudioso propone el *paradigma fetichista-narcisista*. Plantea un paralelismo o isomorfismo entre el sujeto narcisista y la teoría del valor. Mientras el sujeto narcisista experimenta el mundo como una proyección de su yo, bloquea la experiencia directa de los objetos; en este sentido, el valor abstracto también implica una *aniquilación del mundo*:

La lógica del valor consiste en una gigantesca reductio ad unum, en una eliminación de todas las particularidades que forman el verdadero tejido de la existencia humana y natural. La lógica del valor produce una indiferencia estructural con respecto a los contenidos de la producción y el mundo en general. El valor producido por el trabajo abstracto pasa de un objeto a otro. De dinero se convierte en mercancía y luego de nuevo en dinero, y así sucesivamente; de capital se convierte en salario y después de nuevo en capital. Una “esencia”, una “sustancia” invisible pasa de un objeto a otro sin identificarse jamás con ninguno de ellos. [...] lo concreto pierde su papel central en la vida y se ve reducido a no ser más que una etapa, un soporte en el automovimiento de una abstracción (Jappe, 2019: 161).

Tanto el narcisista como el valor abstracto nunca llegan a la satisfacción plena. En el capitalismo no hay valor sin plusvalor. El aumento de valor está ligado al aumento de capital, no hay modo de establecer un equilibrio, la demanda debe crecer. El capitalismo funciona por un estado permanente de insatisfacción y para ello necesita un sujeto en las mismas condiciones. Según Jappe (2016), el sujeto está atrapado en una dialéctica de omnipotencia e impotencia, donde la tecnología le suministra una sensación de poderío al realizar cualquier esfuerzo o tarea con tan solo accionar un botón; no obstante, la insuficiencia de satisfacer el ideal del yo (ideal del éxito) le impide llegar a un estado de satisfacción plena. Nunca hay un equilibrio, la *esencia* del capitalismo es su propia crisis y la superación permanente de ella, como la crisis del sujeto narcisista. Jappe afirma que una manifestación típica de la frustración del sujeto narcisista es lo que denomina el *amok*. Este término, procedente de la cultura malaya, designa un tipo de *acceso a la locura asesina* insaciable:

hacia referencia a un individuo que, por lo general tras sufrir una afrenta, se echaba a la calle y, en un estado de trance, apuñalaba al azar a las personas con las que se encontraba, hasta el momento en que era reducido y eventualmente asesinado [...]. Un enorme resentimiento, la sensación de haber sufrido una injusticia y no conseguir aquello que uno se merece constituyen el telón de fondo psíquico del *amok* (Jappe, 2019: 248-251).

Un ejemplo son los autores de balaceras en escuelas (*school shooters*): estudiantes motivados por la frustración y el odio participan en actos de agresiones armadas, como fue el caso de Columbine, fenómeno que se ha vuelto frecuente incluso en países europeos como Alemania. Jappe atribuye la causa de este comportamiento al exceso de frustración acumulada por la insuficiencia del ideal del yo. Quienes cometen esas balaceras no solo sufren el acoso de bravucones escolares, también están sujetos al constante acoso del superyó narcisista. Jappe nos presenta el *amok* como un fenómeno aislado; un individuo que se decide a dar el salto final, un tipo de asesino psicópata presa de sus propias frustraciones. Empero, como fenómeno social, todos estamos sometidos a las mismas exigencias; el cúmulo de personas frustradas genera una cultura de odio y resentimiento.

El odio y la cultura del resentimiento a los que se refiere Jappe no se dirigen en contra del otro: se trata, por el contrario, de un resentimiento hacia sí mismo, nutrido de la frustración por no ser capaz de satisfacer el ideal del yo bajo los estándares de una sociedad fetichista. Una forma de encausar el resentimiento social hacia un acto político es el populismo. El triunfo de los movimientos populistas se debe a ello, el problema radica en que al obtener el poder estatal, no dejan atrás el resentimiento y gobiernan como si este fuese un principio ético (Müller, 2017). Así, el poder autodestructivo se mantiene latente.

Esta es la misma crítica que dirige Jappe contra Žižek cuando el filósofo esloveno propone movilizar el resentimiento hacia la lucha anticapitalista. Hay quienes lo ven con un doble filo, ya que puede servir para una transición hacia una sociedad más democrática, o se pervertiría y conduciría hacia un autoritarismo irracional (Mudd y Kaltwasser, 2017). Según Jappe (2019: 275), “el resentimiento es la quintaesencia del narcisismo”, esto no quiere decir que la compulsión destructiva sea tan solo un acto repentino de explosión de ira. La sociedad narcisista, indiferente al impacto ambiental, mantiene una prolongada y sutil destrucción de los recursos naturales.

El resentimiento causado por la insuficiencia del ideal del yo es consecuencia tanto de la impotencia para satisfacerlo como de la “aniquilación de las particularidades concretas, en favor de la abstracción cuantificada que hace que todos los ‘objetos’ (en el sentido amplio), no constituyen más que uno y sean perfectamente intercambiables” (Jappe, 2019: 275). En otras palabras, la frustración no solo proviene de la imposibilidad de alcanzar los estándares del ideal del yo, sino de la imposibilidad de tener una experiencia auténtica con los objetos.

NARCISISMO EN TIEMPOS DE PANDEMIA

¿Por qué es una cuestión relevante el narcisismo y el fetichismo en la crisis del coronavirus? El capitalismo se fortalece al transitar de periodos de crisis a periodos de estabilización; sin embargo, respecto de la crisis ambiental, la experiencia indica que quizá sea una crisis final, aún con todos los esfuerzos que se han hecho, pues hasta la fecha el deterioro continúa y las consecuencias se agravan. Seguimos esperanzados en encontrar una solución en la ciencia y la tecnología, pero las alternativas no son eficientes. La cuestión no se reduce a los efectos negativos de la industrialización, ni a nuestra dependencia energética del carbón y sus derivados, sino al consumo desmedido de bienes, cuya la producción, a su vez, fuerza a un consumo acelerado y desproporcionado de los recursos naturales. El problema es la necesidad imperiosa de consumir, algo que la ciencia y la técnica no pueden resolver, ya que se trata de la constitución de una sociedad fetichista y narcisista.

La misma confianza ingenua en la ciencia predomina ahora que sufrimos la crisis del coronavirus. Hay que ser precavidos, pues es posible que también en esta ocasión se nos presenten soluciones falsas. Como se ha dicho, existe una correlación entre la emergencia de virus altamente infecciosos y la depredación de los recursos naturales. Las medidas de seguridad que los gobiernos tomaron bajo el pretexto de proteger la vida son antropocéntricas, y mientras se hace todo lo posible por protegernos del coronavirus seguimos destruyendo la vida que habita el planeta. La indiferencia hacia al mundo exterior es un rasgo de la personalidad narcisista.

Las redes sociales no solo aíslan al sujeto del mundo exterior, sino que potencializan todo aquello que ya Lasch (1999) describía como rasgos de la cultura narcisista: la propaganda de las mercancías, la verdad y credibilidad, la política como espectáculo, el radicalismo como teatro callejero, idolatría del héroe e idealización narcisista, el distanciamiento irónico como vía de escape de la rutina, la degradación del deporte, entre otros aspectos. A pesar de la pandemia, la cultura fetichista narcisista no cambió en ningún sentido; por el contrario, podríamos asegurar que el aislamiento ayudó a su proliferación. Alejados de los espacios públicos, las interacciones entre personas se concentraron en los medios virtuales de comunicación.

El aislamiento o distancia social como *dispositivo disciplinario* que norma nuestras relaciones sociales, el distanciamiento acompañado por una disciplina de higiene, una hipersanitización del espacio público y una fuerte presencia de la cultura narcisista en las redes sociales fueron las condiciones para que el interés por el desastre medioambiental siguiera siendo ignorado. Agamben (2020) afirma que no solo la emergencia de estos dispositivos, sino su carácter obligatorio, convierten a esta política en un *estado de excepción*, es decir, una organización social que tiene como paradigma de gobierno la suspensión de garantías constitucionales. El aislamiento ha obligado al sujeto a distanciarse del espacio público, obligación que pronto se convirtió en una exigencia del superyó.

El paradigma del estado de excepción estuvo presente desde hace tiempo. Para Agamben (2020), su normalización opera gracias a la separación de la experiencia vital, “corpórea y espiritual [en una] entidad biológica por un lado (la nuda vida) y una vida afectiva y cultural por el otro” (Agamben, 2020: 50). Durante la pandemia se pensó en salvar vidas, pero se interpretó la vida como entidad biológica, al tiempo se descuidó la experiencia vital afectiva y cultural.

Las razones de seguridad esgrimidas por las autoridades gubernamentales también se sostienen en una *creencia religiosa* en los datos científicos. Hasta ahora, no hay una solución completamente eficaz al problema. Las autoridades sanitarias declararon que las vacunas se aprobaron de emergencia, sin cumplir aún la fase final de prueba que determina su efectividad. Como ha dicho Jappe, la confianza excesiva en la ciencia y la tecnología confiere un sentimiento de omnipotencia. Así, el sujeto narcisista se divide entre la impotencia y la omnipotencia, pues incluso con la confianza en la ciencia, la frustración generalizada no cesó. Ello se debe a la proyección de los estándares ideales de la sociedad fetichista, al ideal de éxito pecuniario, a la propaganda mercantilista que se expande gracias a plataformas digitales, como TikTok, Facebook e Instagram, por citar algunas.

Si sumamos la pérdida de empleo, la incertidumbre del contagio, el aislamiento y otros factores emergentes de la pandemia, obtenemos un clima propicio para un aumento de la frustración generalizada. Agamben afirma que, a pesar de la imprecisión de los datos publicados en informes diarios, los gobiernos y el público en general los consideran verdades incuestionables que justifican el actual estado de excepción. Mientras, aceptamos la suspensión de las libertades que garantizan nuestra experiencia vital con el entorno, confiamos en seguir el protocolo que diseñaron los especialistas. Ese sentimiento de omnipotencia alimentado por la frustración es propio de una personalidad narcisista. El sujeto se debate entre la insatisfacción y la fe científica: la primera le procura motivaciones o anhelos, la segunda le impone imperativos y reglas a seguir.

Las medidas de seguridad, es decir, el conjunto de reglas del protocolo sanitario, algunas impuestas y otras voluntariamente adquiridas, fueron desproporcionales a las exigencias de la cultura narcisista. En tanto, el yo se alimentaba de la propaganda narcisista, la excesiva confianza en la ciencia le exigió un conjunto de prohibiciones y deberes que dificultó aún más la satisfacción de los propios ideales.

Jean-Luc Nancy (2020) y Žižek (2020) le reprochan a Agamben pasar por alto que la amenaza realmente existe. Según Žižek, la postura de Agamben es una lectura *izquierdista* (ideológica) centrada en el control social. Para el filósofo esloveno, la pandemia es un mensaje de la naturaleza: “lo que me hiciste a mí ahora te lo estoy haciendo a ti” (Žižek, 2020: 28). Mientras Agamben piensa en las consecuencias éticas y políticas de la pandemia, para Žižek una respuesta prematura es precipitada e irrelevante. Lo importante es saber que la

pandemia representa la señal de que es necesario cambiar el rumbo de nuestra sociedad, una señal que podría reivindicar el comunismo.

A pesar de todas las medidas de seguridad implementadas con rigor, el contagio no disminuyó, incluso con las vacunas el virus mutó y contagió a millones de personas. Byung-Chul Han (2020), quien defendía el control social del *big data* (macrodatos) como medida efectiva para contener la enfermedad, arremetía contra la perspectiva de Žižek (2020), la cual sugería que el virus representaba un golpe mortal al capitalismo. Para el filósofo coreano, “China podrá vender ahora su Estado policial digital como un modelo de éxito contra la pandemia” (Han, 2020: 110).

El problema radica en que contener el virus no significó erradicarlo. Aun con la pronta emergencia de las vacunas, el virus circuló y mutó, con lo que los gobiernos plantearon la necesidad de una tercera o hasta cuarta dosis. Lo que realmente preocupó a los gobiernos y a las autoridades sanitarias fue la gran capacidad de contagio y el hecho de que no existe un sistema de salud pública suficiente para no saturar los hospitales. Por ejemplo, el 13 de enero del 2022, una noticia reveló que en la ciudad de Xian, China, tuvieron que cerrar dos hospitales debido a que la estricta aplicación de restricciones provocó la muerte de pacientes no infectados. Debido a eso, el planteamiento de Žižek no es inoportuno, pues las deficiencias del sistema de salud son un claro ejemplo de la incapacidad del capitalismo para resolver los retos de nuestra actual civilización. Ante tal incapacidad, los gobiernos optaron por el confinamiento antes que sumar esfuerzos para crear un sistema de salud universal suficiente. Para Judith Butler (2020), el virus renovó el sueño igualitario de una sociedad donde todos tuvieran acceso a la salud pública.

No solo Žižek afirmó que la pandemia fue un fuerte golpe contra el capitalismo, también el filósofo y sociólogo alemán Hartmut Rosa aseguró que “nos enfrentamos a una tremenda sacudida y *desestabilización* estructural del sistema social globalmente dominante” (2020: 22). Según este autor, el actual sistema capitalista se caracteriza por un *modo de estabilización dinámica*; esto quiere decir que la estabilidad del capitalismo depende de un constante crecimiento acelerado, no solo en la producción de bienes y servicios, sino en todas las instituciones base de la sociedad. Esta depende del “crecimiento (económico), la aceleración (técnica y cultural) y la activación política” (Rosa, 2020: 21).

Con la pandemia en curso, las medidas de seguridad provocaron una *desaceleración forzada*, en contraste con la recesión económica, la cual es consecuencia de la oferta y la demanda. La desaceleración forzada es intermitente: cuando el índice de contagios aumenta, las medidas de restricción también y, a medida que el índice de contagios baja, el flujo de circulación, la recuperación económica y la aceleración productiva incrementan considerablemente.

Ante la crisis ambiental, teóricos y activistas sueñan con el día en que los gobiernos tomen medidas contundentes para ralentizar la dinámica social. El virus forzó a los gobiernos a tomar decisiones que antes no habrían considerado. Un ejemplo de ello fue cuando en Estados Unidos, el país más radical del neoliberalismo, el entonces presidente Donald Trump ordenó a General Motors concentrar su producción en fabricar respiradores mecánicos en lugar de automóviles (Rosa, 2020).

Solíamos presenciar con impotencia rescates financieros, que han sido una constante en todo el mundo, incluyendo México, en una de las prácticas más usuales del neoliberalismo. Los gobiernos asumían deudas millonarias con dinero del erario, mientras trabajadores y pequeños comercios perdían sus bienes a causa de sus adeudos bancarios. Sin embargo, esto cambió con la pandemia. En Alemania se destinaron 156 mil millones de euros; en España, 20 % del PIB; y en Francia, otros 45 mil millones de euros (Svampa, 2020), para rescatar a pequeños negocios. Generalmente se concebía al Estado como un actor en favor de los intereses de los grandes productores, pero las actuales intervenciones estatales representaron un hiato en la historia de las economías neoliberales.

Quizá Hartmut Rosa (2020: 24) tenga razón cuando afirma que “la política se ha impuesto sin escrúpulos contra la lógica del mercado financiero y los intereses de rubros enteros de la economía”. El Estado interviene cerrando comercios, restaurantes, bancos, centros comerciales y fronteras, ya no para beneficio del mercado,

sino para salvaguardar la salud de la población, incluso a sabiendas de la pérdida de empleos y una inminente recesión económica. Con todo y el impacto financiero, se priorizó la vida humana sobre la economía global.

No solo el Estado tomó decisiones drásticas; hubo muestras de solidaridad incluso en las instituciones financieras. En México, por ejemplo, a principios del confinamiento los bancos iniciaron un programa de aplazamiento de pagos crediticios. Tanto Žižek como Hartmut Rosa ven una oportunidad en la crisis del coronavirus, vislumbran el nacimiento de un nuevo paradigma social que todavía no se construye y que solo puede emerger del ensayo y el error.

Es cierto que gracias a la pandemia presenciamos actos de solidaridad en todo el mundo, como también actos de gobierno que priorizan la vida humana sobre los intereses del capital, pero no debemos dejarnos engañar tan fácilmente. Los gobiernos hablan de una *nueva normalidad* como si después de la pandemia algo esencial en la sociedad hubiera cambiado; sin embargo, es la misma, solo que ahora encontró en el virus su justificación vital.

Las condiciones laborales de explotación siguen siendo las mismas; el deterioro ambiental sigue en curso; la cultura narcisista está más presente que nunca; la fetichización cada vez mayor de los distintos ámbitos de la sociedad no cambia. Los protocolos no se diseñaron para arrancar el problema de raíz, sino para enfrentar las consecuencias del contagio. Conforme el virus cedió, las medidas de seguridad se levantaron y las personas volvieron a su acostumbrado ritmo de trabajo y de consumo, con la salvedad de que ahora hay una aceptación generalizada de que los gobiernos están autorizados para suspender derechos ante cualquier probable amenaza.

CONCLUSIONES

La crítica de la cultura narcisista y el fetichismo de la mercancía se volvió un lugar común en el pensamiento sociológico de mediados del siglo XX. No obstante, las observaciones se limitan al contexto y necesitan revalorizarse de acuerdo con nuestro acontecer. La pandemia, la crisis ambiental y la cultura narcisista parecieran fenómenos sin relación alguna. Pero en un mundo globalizado, donde la estabilidad de las economías locales depende del mercado global, la cultura del consumo se expande fácilmente y el impacto ambiental es un problema generalizado, pensar que estos fenómenos son aislados sería una afirmación de corta perspectiva.

El capitalismo depredativo de los recursos naturales no podría funcionar sin una cultura de consumo. El problema no es que el sujeto ignore el origen de las mercancías que consume, lo sabe bien, pero su respuesta es cínica. Esta actitud de indiferencia se suma al cuadro de un trastorno de personalidad narcisista, junto con la sensación de omnipotencia, el culto al éxito individual, el odio irracional hacia el otro, la manipulación de información y la tergiversación de la verdad, cualidades que son fácilmente detectables en las redes sociales. Un estudio más detallado sobre la propagación de la personalidad narcisista en las redes sociales sería un buen tema de investigación. Por ahora, basta decir que en nuestra actualidad es difícil negar que existen vínculos entre estos fenómenos.

En el caso de la pandemia, no debemos desestimar los aportes de los críticos sociales y de los filósofos. Si deseamos arrancar el problema de raíz, debemos atender otras causas que no son necesariamente médicas; es decir, necesitamos ampliar el panorama, darnos cuenta de que la crisis sanitaria fue inevitable, que es uno de los tantos riesgos de la sociedad capitalista y es probable que vuelva a suceder. Las medidas de seguridad sanitaria ejercidas por los gobiernos son una salida fácil, se justifican ideológicamente bajo el pretexto de *salvar vidas*, aunque la vida en este caso signifique una reducción biológica. ¿Cómo salvar la vida de la sociedad misma? Si expandimos el significado de la vida hacia todos los organismos que habitan el planeta, no solo desde un enfoque biológico, sino en su forma de existir, de comunicarse, de colaborar entre otras especies, de aparearse, seríamos conscientes de la permanencia de la amenaza mortal.

La destrucción sigue su curso. Pues hay un virus aún más peligroso que infecta a la humanidad: el virus de la cultura fetichista narcisista. Es bien sabido que los virus se reproducen al hospedarse en células y replicar su información genética en ellas, causando daños en el organismo. Tomando esto como analogía, la cultura narcisista se deposita en el sujeto, quien reproduce su discurso causando graves anomalías en nuestro comportamiento, una de ellas es el consumo compulsivo.

Los gobiernos nunca estuvieron tan interesados en implementar medidas coercitivas a favor de la salud. Tan solo en 2019, según datos de la OMS (2021), 1.5 millones de personas murieron por complicaciones de la diabetes; sin embargo, ningún gobierno prohibió el consumo de alimentos de alta concentración de glucosa como medida de prevención. Transitamos de un consumo de energéticos basados en hidrocarburos a otros que consumen aceleradamente otras fuentes de recursos naturales. Optamos por salidas fáciles antes que enfrentar el problema. Herbert Marcuse propuso una forma de liberación que incluya la dimensión biológica sin separar la vida de su experiencia espiritual:

La diferencia cualitativa entre las sociedades existentes y una sociedad libre afecta todas las necesidades y satisfacciones más allá del nivel animal, esto es, todas aquellas que son esencialmente *humanas*, el hombre como animal racional. Todas estas necesidades y satisfacciones se hallan contaminadas con la exigencia de lucro y explotación. Todo el ámbito de las actuaciones competitivas y la diversión estandarizada, todos los símbolos de estatus, del prestigio, del poder, de la virilidad y el encanto a través de la publicidad, de la belleza comercializada; todo este ámbito destruye en quienes lo habitan la disposición misma, los órganos, de la alternativa: libertad sin explotación (Marcuse, 1969: 24-25).

Lo que llama libertad sin explotación no es más que un *ethos* que recupere la sensibilidad hacia el hombre como organismo vivo:

la ruptura con el conservador continuum autopulsor de las necesidades, debe preceder a la revolución que ha de desembocar en una sociedad libre, pero la ruptura solo puede concebirse en una revolución: una revolución que habría de ser guiada por la vital necesidad de liberarse del confort administrado y de la destructiva productividad de la sociedad de explotación, liberarse de la suave heteronomía; una revolución que, en virtud de este fundamento “biológico”, tuviera la oportunidad de convertir el progreso técnico cuantitativo en formas de vida cualitativamente diferentes (Marcuse, 1969: 26).

Si la pandemia fue un mensaje, como lo afirmó Žižek, un síntoma de anomalía en nuestra sociedad, entonces los gobiernos y las instituciones sanitarias no lo interpretaron debidamente, tampoco nosotros. La sociedad necesita un cambio radical, establecer nuevos valores y virtudes basados en la solidaridad con el medio ambiente; enaltecer virtudes como la mesura, la prudencia y la honradez; crear nuevas formas de vivir, de divertirse, de alimentarse, de trabajar y convivir, que no estén sometidas al imperio del consumo; establecer un hábitat que no deteriore el de las demás especies. Solo así podremos enfrentar problemas como la pandemia o el deterioro ambiental de manera diferente. Investidos de una sociedad liberada del narcisismo podremos liberar también nuestras erradas soluciones del engranaje del capitalismo. Después de todo, tanto Marcuse como Žižek tienen razón, una sociedad así tendría que ser socialista. Sin embargo, no queremos caer en el socialismo autoritario que ya experimentamos; por el contrario, es necesario reinventar este sistema de acuerdo con las necesidades de la sociedad liberada del narcisismo. Solo resta decir que si no atacamos al virus de la cultura narcisista, no habrá vacuna o protocolo que nos salve de la muerte.

REFERENCIAS

- Agamben, G. (2020). “¿En qué punto estamos? La pandemia como política”. *Artillería inmanente* [en línea]. Recuperado el 15 de enero de 2022, de: <https://artilleriainmanente.noblogs.org/files/2020/06/2020-Giorgio-Agamben-En-qué-punto-estamos-La-epidemia-como-política-Final-4.pdf>.
- Butler, J. (2020). “El capitalismo tiene sus límites”. En Amadeo, P. (ed.), *Sopa de Wuhan* (pp. 59-66). La Plata: ASPO.
- Delia Grace, R. (2020). “Prevenir próximas pandemias. Zoonosis: cómo romper la cadena de transmisión”. PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Instituto Internacional de Investigación en Ganadería). Recuperado el 10 de enero de 2022,

de <https://www.unep.org/es/resources/report/preventing-future-zoonotic-disease-outbreaks-protecting-environment-animals-and#:~:text=Prevenir%20la%20pr%C3%B3xima%20pandemia%3A%20Zoonosis%20y%20c%C3%B3mo%20romper%20la%20cadena%20de%20transmisi%C3%B3n,-06%20July%202020&text=Miles%20de%20documentos%20y%20directrices,los%20impactos%20de%20la%20pandemia>.

- Domínguez, M. (2000). "Distintos significados de la crisis". *Nómaditas. Critical Journal of Social and Juridical Science*, núm. 1. Recuperado el 7 de enero de 2022, de: <https://www.redalyc.org/pdf/181/18100102.pdf>
- Fromm, E. (2006). *Anatomía de la destructividad humana*. México: Siglo XXI.
- Gibbs, J. [prod.] (2019). *Planet of the Humans*. Estados Unidos: Huron Mountain Films.
- Han, B. (2020). "La emergencia viral y el mundo del mañana". En Amadeo, P. (ed.), *Sopa de Wuhan* (pp. 97-112). La Plata: ASPO.
- Heinberg, R. (2011). *The End of the Grow*. Gabriola Island: New Society Publishers.
- Jappe, A. (2016). *Las aventuras de la mercancía*. La Rioja: Pepitas de calabaza.
- Jappe, A. (2019). *La sociedad autófaga. Capitalismo, desmesura y autodestrucción*. La Rioja: Pepitas de calabaza.
- Jay, M. (1974). *La imaginación dialéctica. Una historia de la Escuela de Frankfurt*. Madrid: Taurus.
- Lacan, J. (2008). *El seminario de Jacques Lacan libro 16. De otro al otro 1968-1969*. Buenos Aires: Paidós.
- Lasch, C. (1999). *La cultura del narcisismo*. Barcelona: Andrés Bello.
- Lipovetsky, G. (2000). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- Marcuse, H. (1969). *Ensayo sobre la liberación*. México: Joaquín Mortiz.
- Marcuse, H. (1993). *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Ciudad de México: Planeta/Agostini.
- Müller, J.W. (2017). *¿Qué es el populismo?* Ciudad de México: Grano de sal.
- Marx, K. (2014). *El fetichismo de la mercancía (y su secreto)*. La Rioja: Pepitas de calabaza.
- Marx, K. y F. Engels (1976). *El capital* (vol. 6). Ciudad de México: Siglo XXI.
- Mudd, C. y R. Kaltwasser (2017). *Populism. A very short introduction*. New York: Oxford University Press.
- Nancy, J. L. (2020). "Excepción viral". En Amadeo, P. (ed.), *Sopa de Wuhan* (pp. 29-30). La Plata: ASPO.
- OMS (Organización Mundial de la Salud) (2021). *Diabetes. Datos y cifras*. OMS [en línea]. Recuperado el 10 de noviembre de 2021, de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/diabetes>.
- Rosa, H. (2020). "La sociedad ante la desaceleración forzada. Una interpretación sociológica de la crisis del Coronavirus". *Diferencia(s). Revista de teoría social contemporánea*, vol. 1, núm 11, pp. 19-32. Recuperado el 14 de enero de 2022, de <http://www.revista.diferencias.com.ar/index.php/diferencias/article/view/215>.
- Svampa, M. (2020). "Reflexiones para un mundo post-coronavirus". En Amadeo, P. (ed.), *La Fiebre. Pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemia* (pp. 17-38). La Plata: ASPO.
- Zehner, O. (2012). *Green Ilusions*. Nebraska: University of Nebraska Press.
- Žižek, S. (1992). *El sublime objeto de la ideología*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- Žižek, S. (2009). *First as a Tragedy then as a Farse*. New York: Verso.
- Žižek, S. (2020). *Pandemia. La covid-19 estremece al mundo*. Barcelona: Anagrama.

NOTAS

- 1 Más adelante se aportará un argumento mejor elaborado para justificar esta premisa, según la cual las energías limpias no son una solución al problema.
- 2 Se podría objetar que esta definición es demasiado genérica y corresponde a una característica general de la experiencia humana, sin embargo, lo que particulariza el narcisismo es la forma histórica en que se constituye como rasgo cultural de la sociedad capitalista.
- 3 Idea que comparte con Žižek.

- 4 “Con un grado de explotación constante de trabajo, la misma tasa de plusvalor se expresaría así en una tasa decreciente de ganancia, puesto que con su volumen material aumenta, asimismo —aunque no en la misma proporción— el volumen del valor del capital constante, y por ende, del capital global. [...] Esto solo significa que el mismo número de obreros, la misma cantidad de fuerza de trabajo tornada disponible para un capital variable de volumen de valor dado, pone en movimiento, elabora, consume productivamente, como consecuencia de los métodos de producción peculiares que se desarrollan dentro de la producción capitalista, una masa constantemente creciente de medios de trabajo, maquinaria y capital fijo de toda índole, materias primas y auxiliares, en el mismo lapso, y por consiguiente, también un capital constante de volumen de valor en permanente crecimiento. [...] A ese creciente volumen de valor de capital constante —aunque solo representa remotamente el crecimiento de la cantidad real de los valores de uso que en lo material componen el capital constante— corresponde un creciente abaratamiento del producto” (Marx, 1976: 270-271).
- 5 Como lo afirman Žižek en *El sublime objeto de la ideología* (1992) y Anselm Jappe en *La sociedad autófaga. Capitalismo, desmesura y autodestrucción* (2019).