

EL BUMERÁN DE LOS DESEOS EN LA ÉPOCA DE LA SATISFACCIÓN INMEDIATA*

Fabio Ciaramelli**

Resumen : Para combatir el riesgo de una globalización de la nocividad alimentaria es indispensable reflexionar sobre las dimensiones socio-culturales y psíquicas del consumismo, cuyas premisas son el imperativo de la satisfacción inmediata de los deseos. Partiendo de la tesis de que la multiplicación de los deseos y del anuncio de su cabal realización provoca inevitablemente la inflación de los mismos, el artículo analiza el síndrome de las vacas locas como punta de un iceberg y banco de prueba de nuestra relación con el consumo alimenticio. En este sentido la cuestión de la seguridad como ansia de impunidad colectiva no implica solamente la búsqueda de remedios eficaces contra los posibles contagios alimenticios, sino que impone, en primer lugar, esclarecer las consecuencias destructivas de una forma de vida humana en la que todo se reduce al consumo.

Palabras clave: consumo, deseo, identidad, sociedad, política.

THE BOOMERANG OF DESIRES IN THE EPOCH OF IMMEDIATE SATISFACTION

Abstract: In fighting against the risk of the globalization of hazardous food production it is essential to think about psico-socio-cultural dimensions of consumerism, whose premises rest on the imperative of immediate satisfaction of desires. Departing from the thesis that multiplication of desires along with their complete and immediate fulfillment unavoidably provoke the overestimating of them, the paper analyzes the «mad cow syndrome» as the tip of the iceberg in the context of our relation with food consumption. In this sense, the matter of collective safety does not imply solely the searching for effective solutions against probable food contagion, but eminently to shed light over the dangerous consequences of a way of living in which everything is reduced to consumption.

Keywords: consumption, desire, identity, society, politics.

O BUMERANGUE DOS DESEJOS NA ÉPOCA DA SATISFAÇÃO IMEDIATA

Resumo: Para combater o risco de uma globalização perniciosa da produção de alimentos é indispensável refletir sobre as dimensões socioculturais e psíquicas do consumismo, cujas premissas repousam sobre o imperativo da satisfação imediata de desejos. Partindo da tese que a multiplicação dos desejos e suas realizações imediatas provoca superestimação dos mesmos, o artigo analisa a síndrome da vaca louca como ponta de um iceberg e prova cabal de nossa relação com o consumo alimentar. Nesse sentido a questão da segurança como premissa coletiva não implica simplesmente na busca de soluções eficazes contra possíveis contágios alimentares, mas sobretudo esclarecer as consequências deletéreas de uma forma de vida em que tudo se reduz ao consumo.

Palavras chaves: consumo, desejo, identidade, sociedade, política

* Traducido del Italiano por Adelio Misseroni Raddatz

** Doctor en Filosofía. Académico Universidad de Nápoles, Italia.

Correspondencia: ciaramel@unina.it

Bienestar, felicidad y seguridad

“El hombre civilizado ha trocado una parte de posible felicidad por una parte de seguridad”, así escribía Freud en 1929 (1,2). Estas palabras, por lo menos hasta hace no mucho tiempo, parecían sobrepasadas y superadas por lo hechos. En efecto, si todavía en la época de Freud las conquistas de la civilización exigían el precio de una limitación de las libertades de los individuos, si, en fin, la modernidad, para mantener sus estándares, estaba orgullosa de imponer reglas públicas a la satisfacción de impulsos y deseos subjetivos, la fase contemporánea de la globalización ha vivido cada vez con mayor fastidio el exceso de orden impuesto por aquellas reglas, esencialmente tendientes a desplazar y diferir la satisfacción. El triunfo del bienestar y de la desregulación de los últimos años ha generado una verdadera euforia por consumir y este fenómeno no se ha limitado al ámbito propiamente económico y a sus implicaciones técnicas. Como señaló uno de los más grandes periodistas italianos, Eugenio Scalfari, “más importante es el aspecto psicológico: hemos entrado en una fase hedonística muy pronunciada, en la cual predomina un deseo de felicidad que es necesario obtener inmediatamente y sin demasiados problemas” (3).

Si analizamos con mayor precisión lo que hay detrás, veremos que este deseo de felicidad se presenta como una obligación a la cual no es posible sustraerse. En vez de reprimirlo o regularlo, la sociedad le da total libertad y lo deja a rienda suelta, pues se presume que su liberación y realización inmediata, confiada a la iniciativa de cada individuo, es el único vector auténtico de progreso y de desarrollo.

Contrariamente a lo que decía Freud, a algunos sociólogos les ha parecido que el proceso de modernización, y la tendencia a la reducción del mundo a un único mercado competitivo, debía aceptar y promover la difusión de la inseguridad, que constituye la inevitable consecuencia del riesgo, sobre todo

del riesgo empresarial, entendido como factor de civilización y único resorte del desarrollo y de la libertad (4,5). En relación con los modelos sociales e institucionales estatales inspirados en el socialismo autoritario y en concomitancia con la crisis del Estado de Bienestar, el riesgo de inseguridad aparece como un fermento positivo que contribuye a remecer y a rejuvenecer la sociedad y, por lo tanto, a hacerla más dinámica y moderna.

En este sentido, los términos del intercambio descrito por Freud, se invierten. Es precisamente la renuncia a la seguridad lo que parece hacer posible un *surplus* de felicidad. Muy lejos de ser negado o inhibido, el deseo de felicidad es estimulado y autorizado. La postmodernidad restituye a los individuos una mayor capacidad de gozar, y es precisamente el goce, es decir, la satisfacción inmediata del deseo de felicidad, el que se transforma en el gran protagonista de la desregulación. Como ha señalado un brillante filósofo esloveno de inspiración lacaniana, Slavoj Žižek, el goce se transforma, de este modo, en un verdadero factor político (6). Y esto comporta como consecuencia inmediata la restricción y la virtual abolición de la esfera pública. Si el aumento de la capacidad de goce de los individuos aislados tiene directamente un significado político, entonces es evidente que la mediación pública se torna superflua e inútil.

En realidad, se trata solamente de una ilusión. Del último aspecto asumido por una utopía incoherente: aquélla según la cual el objetivo o la meta de la sociedad sería su acabada naturalización, su pura y simple reducción al automatismo funcional de la técnica y de la economía, orientadas exclusivamente a acelerar la satisfacción de los individuos. La difusión creciente de nuevas formas de malestar, de fastidios, temores y obsesiones viene a desmentir esta utopía de la satisfacción acabada, y a confirmar su impracticabilidad. Como ha demostrado Zygmunt Bauman, es verdad que la época contemporánea invierte los términos del intercambio freudiano, es verdad que en la

época de la globalización se prefiere la felicidad a la seguridad: pero esto no significa, en absoluto, que se reduzca la dimensión del malestar, del fastidio y hasta de la infelicidad. En la actual sociedad de la incertidumbre, la mayor parte de los malestares y fastidios derivan precisamente de las frustraciones y del ansia de eficiencia que impone el nuevo imperativo inderogable, el único imperativo verdaderamente categórico, es decir, aquél que prescribe la satisfacción inmediata de los deseos. Se difunde otro tipo de intercambio: con tal de poder acceder al máximo de felicidad, para poder gozarla en completa libertad y en el menor tiempo posible, debemos renunciar a la seguridad, a sus reglas, a sus garantías. Si en la época de Freud los malestares y los comportamientos desviantes más comunes que escapaban de sus cauces naturales, nacían del sacrificio de una cierta dosis de libertad individual, cedida a cambio de cualquier cosa que pudiese garantizar confianza y estabilidad, hoy el escenario se ha invertido. Zygmunt Bauman recuerda que en alemán el término *sicherheit* (seguridad) tiene una acepción mucho más amplia que el equivalente inglés *security*. Designa no sólo la seguridad existencial (la percepción de la estabilidad y confianza del mundo), sino que también la certeza (*certainty*) —entendida como conocimiento inmediato de la diferencia entre útil e inútil, ventajoso y dañino— y, en fin, la incolumidad (*safety*) o seguridad personal, es decir, la idea de que si nos comportamos de manera correcta, ningún peligro fatal —ningún peligro que no pueda ser neutralizado— podría amenazarnos seriamente (7,8).

En el transcurso del año 2001, dos eventos desestabilizadores —la crisis de la vaca loca que explotó en los primeros meses del año y los ataques terroristas del 11 de septiembre— han vuelto a colocar en primer plano la obsesión de la inseguridad y, por ende, el ansia de seguridad en los tres sentidos indicados por Bauman. En estas notas nos limitaremos a algunas implicaciones sociales y psíquicas del síndrome de la vaca loca.

La inseguridad alimenticia

Llamada técnicamente encefalopatía espongiforme bovina, esta patología fue descubierta en 1986, en ganados de Gran Bretaña. Desde entonces, con indefectible progresión geométrica, se ha difundido por Europa continental entre el escepticismo y el desinterés general, sin que se tomaran medidas eficaces antes del final de los años noventa, cuando se produjeron las primeras víctimas humanas. A este punto, los acontecimientos se precipitaron y se ha rozado el estado de pánico. En los primeros meses del año 2001 se produjo el punto *pick* de la alarma. Por decenas se contaban los casos de muertes entre individuos que habían comido carne de animales contaminados, contrayendo así la versión humana de la enfermedad (síndrome de Creutzfeldt-Jacob).

En estos meses, con ocasión de la versión italiana de un libro precedente dedicado a la ascensión y caída de la cultura de la carne, Jeremy Rifkin escribió un texto sobre *Vaca loca y nuevos inicios* (publicado como Introducción a la edición italiana), en el cual entre otras cosas, se afirma que, si por ahora el síndrome se encuentra limitado a Europa, es previsible su propagación a las Américas y a Asia; en fin, concluye Rifkin, “*podremos estar en las primeras fases de una pandemia con consecuencias imprevisibles para la industria ganadera, el consumo de carne bovina y la salud del hombre*” (9).

Pero, en realidad, el fenómeno es tan grave y sintomático de una globalización de la nocividad, que sus implicaciones van mucho más allá de las opciones alimenticias y comprenden, en general, el significado de los consumos de masa y la forma social de vida que hemos construido en torno a la primacía de los consumos. Para combatir los riesgos de contaminación alimenticia es, por tanto, indispensable reflexionar sobre las dimensiones socioculturales y psíquicas del consumismo. Es decir, debemos preguntarnos cuál es el tipo de deseo que la sociedad de los consumos de masa

realiza y satisface, y cuáles son las patologías intrínsecas.

Pero vamos por orden. Señala Rifkin: *“la responsabilidad de todo esto corresponde a los valores sociales que nos han permitido ignorar sistemáticamente la naturaleza intrínseca de estos animales (transformando irresponsablemente a los vegetarianos en carnívoros) para tratarlos como simples utensilios en un degradado y degradante sistema agro-pastoral”* (9).

Con esta observación, que va mucho más allá de las implicaciones vegetarianas desarrolladas por él a lo largo de este libro, Rifkin pone realmente el dedo en la llaga. El síndrome de la vaca loca –*caso extremo y trágico de inseguridad en la alimentación*– es al mismo tiempo la punta de un iceberg y un banco de prueba. El efecto inmediato de la crisis y del pánico que ha causado en Europa ha sido la gran preocupación por la dimensión nociva y dañina de alimentos destinados a un consumo masivo. Ha vuelto a estar en el tapete la cuestión relativa a la *seguridad como ansia de incolumidad colectiva*, es decir, de una seguridad que puede ser garantizada únicamente como bien público, de una seguridad, por lo tanto, que exige la refundación y la defensa de un *espacio público* sustraído a las tendencias brutales de la competencia. Como podemos ver, en los últimos años el discurso social dominante ha extendido un manto de descrédito sobre estos temas, observándose el legado de una época que ha quedado en el pasado, en la cual regían el inmovilismo social y garantías que liberaban de la responsabilidad. Pero es precisamente sobre estos temas que, si queremos reflexionar en forma crítica y con conocimiento de causa, no se puede limitar el discurso a los aspectos técnicos de la lucha contra los contagios y la inseguridad.

Inseguridad y crisis de la mediación sociocultural

En un artículo publicado en un importante periódico francés, el filósofo Robert Redeker empezó una reflexión de este tipo, individualizando en el síndrome de la vaca loca la crisis de aquella confianza individual en la civilización, de la cual el fenómeno de la nutrición es la prueba. En realidad, señala Redeker, *“así como la paz de la noche, producto de la civilización, la confianza en la alimentación tampoco es natural. Las dos, dormir y comer humanamente suponen la confianza en la seguridad que produce la civilización. La desconfianza respecto de la alimentación introducida por las vacas locas agrieta el pedestal antropológico de la civilización, rompe el fundamento de la política, alterando la distinción entre el hombre y los otros animales, acercándonos peligrosamente de la frontera que separa la cultura de la barbarie. La confianza en lo que se come estructura (junto a otras confianzas) el fundamento de la vida colectiva – y sólo existe vida humana de manera colectiva!”* (10).

El episodio de la vaca loca adquiere todo su sentido sobre el trasfondo de esta crisis de la mediación cultural. No se trata sólo de poner remedio activamente al riesgo de una pandemia generalizada, sino que se trata, ante todo, de reflexionar sobre las consecuencias de una forma de vida humana en la cual se restringe peligrosamente el espacio público de la mediación sociocultural. En este tipo de emergencia se ve cómo el individuo, abandonado a una terrible soledad, vive la dimensión colectiva exclusivamente como amenaza y como pesada carga. Pero en su individualidad aislada no cuenta con los recursos para elaborar una estrategia defensiva. La enseñanza que hay que extraer es que la esfera privada de la singularidad y del deseo no tiene inmediata relevancia política, sino que debe pasar inevitablemente a través de la mediación colectiva que la socializa. He ahí la razón por qué la exclusiva naturalización del

deseo y su pretensión de satisfacción inmediata constituyen una utopía ilusoria y peligrosa. Sin embargo, es precisamente esto lo que produce la globalización, reduciendo el deseo a una premisa, a un multiplicador de deseos, con el subentendido de que todo deseo es la antesala de su satisfacción.

En efecto, la ilusión actual es precisamente la pretensión que la acrecentada inmediatez del gozar, en cuanto característica del individuo y punto culminante de una suerte de evolución *natural*, pueda adquirir directamente implicaciones públicas, esto es, socio-políticas. Esta pretensión se funda en la implícita ecuación entre lo individual y lo universal, en la que debemos reconocer, a mi juicio, la nueva figura de la inmediatez de los deseos que se impone en nuestra época. Desvinculado de todo obstáculo, el individuo aislado estaría finalmente en condiciones de gozar plenamente de su libertad. Y es a esta realización de masa de una acrecentada “capacidad de gozar” a la que hemos atribuido ilusoriamente un valor políticamente liberatorio. La utopía de nuestra época ha sido la transformación del goce individual en factor de emancipación política.

La actual ansia de inseguridad y la nueva necesidad de impunidad están mostrando amargamente su inconsistencia.

Consumos y deseos

La crisis de la mediación social, en vez de abrir camino a la liberación de los deseos, corre el riesgo de trastocarlos. La inmediatez no constituye su terreno de cultivo, sino que, por el contrario, representa una amenaza mortal para su propia supervivencia.

Si una vez existió la *prohibición* de desear, hoy, por el contrario, se impone cada vez más radicalmente el *imperativo* del deseo. Se trata de un imperativo permanente, generalizado, constante, que produce como efecto el incentivo y la multiplicación de los deseos y, en cierto modo, provoca su inflación. Todo conspira y debe conspirar para suscitarlos, provocarlos, renovarlos. Sin embargo, este

enorme derroche de energías produce solamente la inflación de los deseos y su crisis.

En la sociedad del bienestar –constituida por cierto por una fracción minoritaria de la humanidad contemporánea, que resulta, sin embargo, decisiva en la determinación del imaginario dominante– las necesidades primarias se encuentran sustancialmente satisfechas y, sin embargo, los consumos deben aumentar incesantemente. Si no proliferan, algo esencial se atora. Y la única manera posible de aumentar la necesidad de bienes de consumo –y así maximizar las ganancias– es exactamente el estímulo del deseo, el único motor que puede actuar como multiplicador constante de ulteriores necesidades inducidas. El dominio social y el control hoy no se ejercitan tanto sobre la vida como sobre los consumos. *Pero para controlar el consumo, es necesario intervenir sobre los deseos.* La principal vía de acceso a los deseos de masa es la manipulación y la propaganda efectuadas por la publicidad, la única forma de *paideia* eficaz que subsiste, cuyo objetivo es la promoción del consumo, su difusión diseminada y transversal.

El enorme poder de la publicidad es la figura ganadora de la técnica en nuestra época. En mi opinión, es necesario dar un paso más respecto a aquello que suele decirse habitualmente sobre la técnica y sobre nuestra época como dominada y caracterizada por la técnica. Ésta resuelve muchos problemas y satisface muchas necesidades. Pero fundamentalmente satisface las necesidades que ella misma crea. Y las crea suscitando el deseo. Es decir, pasando a través del ámbito del imaginario.

Existe un nexo central entre técnica y deseos. La penetración y el éxito de la técnica tienen una influencia central sobre nuestro imaginario. A través de sus conquistas inesperadas, a través de sus mismos resultados más inquietantes, la época de la técnica se presenta como la época de la realización, hoy consumada, de infinitas posibilidades. El enorme poder de la publicidad es la figura

ganadora de la técnica en nuestra época. Yo creo que, junto con el predominio generalizado de la publicidad, esta forma de vida, que es hoy por hoy la nuestra, en la cual todo parece posible y en la que todo lo posible parece a punto de realizarse de manera plena, tiene repercusión directa sobre el deseo y en su configuración.

En otras palabras, me parece que la modalidad específica con que se muestra el rostro ganador de la técnica es, precisamente, la seducción irresistible representada por la posibilidad de gozar en la actualidad de una realización inmediata de necesidades y deseos. Estas necesidades y estos deseos, que antes era tan difícil de satisfacer, justamente están ahora satisfechos y consumados, hoy se encuentran ante la posibilidad de realización inmediata, casi instantánea. La técnica es un atajo formidable. El intervalo temporal –plagado de expectativas y temores, esperanzas y fatigas– entre el deseo y su siempre incierta realización parece abolido como por encanto. La satisfacción de los deseos se ofrece con su propia proliferación. La nuestra es la época de la inmediatez y de su triunfo. Pero la ausencia de mediaciones mata a los deseos.

En fin, la edad de la técnica tiene el poder fascinante y terrible de embrujarnos, presentándonos su irrupción como la realización de un antiguo sueño: quemando las etapas, alcanzar inmediatamente la meta. Necesidades y deseos satisfechos, aspiraciones realizadas. Sin la fatiga de la mediación extenuante e incierta, sin la espera plagada de incertidumbre, riesgo y ansia. La tecnología parece poder satisfacer la aspiración más profunda en la base de todo deseo y de toda necesidad: y tal aspiración hasta ahora irrealizable y casi inconfesable consiste en la coincidencia inmediata entre el brote del deseo y su satisfacción.

Ciertamente, esta realización del auspicio fundamental de todas las necesidades y de todos los deseos es sólo mítica o irreal. Pero constituye la razón profunda de la gran seducción de la técnica. Ella parece llevar consigo la realización inmediata y la

satisfacción completa de todo lo que los deseos humanos prometen y anuncian. Si, efectivamente, en la base del deseo está la postergación, el aplazamiento, la distancia entre el presente y el futuro, entre el vacío de la carencia y la plenitud ambicionada y esperada de su realización finalmente alcanzada, la técnica suprime la distancia e inaugura el reino de un presente pleno, acabado, satisfecho.

Como consecuencia de ello, toda ética de la gratificación diferida, toda moral del autocontrol y de la autolimitación, resulta marginada. El mensaje de la publicidad, transformada en propaganda, empuja hacia una carrera desenfrenada por una realización, por una satisfacción que hay que usufructuar y gozar ahora mismo de manera espectacular, en correspondencia con la prisa de una expectativa improrrogable y, de lo contrario, insaciable. El contenido de este imperativo es autorreferencial, motivo por el que el deseo, finalmente, gira en torno a sí mismo. En efecto, el deseo –que es promovido, acariciado, estimulado, y muchas veces también degradado y apagado–, tiene por contenido la proliferación de nuevas necesidades que tendrán que ser satisfechas por el consumo de nuevos objetos. En fin, el deseo “cubre” la multiplicación de infinitas necesidades, inducidas y reproducidas en serie. Sin embargo, la tensión por la satisfacción inmediata desnaturaliza el deseo y termina por poner en crisis su misma supervivencia. En efecto, si el esquema que rige el deseo es el del consumo del objeto tal como se realiza en la satisfacción de la necesidad, el deseo se ve privado del espacio simbólico del cual vive y sin el cual no logra salvaguardar su creatividad y su autonomía.

Freud habla de una “vía indirecta” a través de la cual el deseo, liberado de la coacción a la inmediatez propia del inconsciente, perdida la ilusión del propio carácter solitario y omnipotente, busca en el mundo común la propia satisfacción real (11,12). La vía indirecta de la satisfacción del deseo es el pasaje a través de mediaciones que no son mediaciones solitarias, sino que

simbólicas, es decir, instituidas.

El auspicio imposible, el sueño absolutamente fantasmal de la satisfacción directa de los deseos se materializa en la transmisión de la publicidad, en el traspasar el umbral del propio deseo de un mensaje del cual somos todos destinatarios y de hecho también activos difusores. En el discurso social dominante este resorte prepotente de la socialización que es el deseo, parece a punto de perder su especificidad y su ambigüedad, parece susceptible de satisfacción inmediata. Es decir, parece reducirse a una necesidad que se puede satisfacer a través de la presentación del objeto connatural a él. Aunque el deseo no tiene un objeto que le es propio, natural, el mundo por el cual el deseo hoy transita –y en el cual se envuelve en sí mismo– es su confusión con la necesidad.

La pretensión de procurar satisfacción inmediata a los deseos ilimitados de individuos aislados, es la manera como el mundo de los consumos de masa produce subjetividad. El deseo ilimitado de los individuos es un contenedor que cubre infinitas necesidades perennemente inducidas y reproducidas en serie. El resultado es la disolución del deseo y de sus inquietudes en la expectativa del consumo y de la posesión de objetos.

El deseo global y su bumerán

Esta centralidad del consumo, su propagación de masa, su expansión y penetración en la vida cotidiana de todos, es el verdadero gran protagonista de la globalización, su “buena nueva”, cuyo destinatario único es el deseo global de nuevos objetos. Si existe una promesa de la globalización, es sólo ésta: la pretensión (la ilusión) de que es posible gratificar inmediatamente nuestros deseos, sin necesidad de recurrir a las extenuantes mediaciones de la política, sino que entregándose exclusivamente a la fuerza de atracción del consumo.

En realidad, más que producir subjetividad y difundir deseo, la sociedad del

consumo de masa propaga satisfacción. El deseo, se dice, no quiere esperar, es impaciente. Y, sin embargo, en su tendencia a la ansiada satisfacción, el deseo recorre afanoso y anhelante un intervalo temporal, pero una vez transformado en metástasis de ilimitadas necesidades consumistas, ignora la espera, la esperanza, el aplazamiento. Conoce solamente la satisfacción de su propio estadio, casi pavloviano, de exaltada autocomplacencia. El deseo –ha señalado Bauman– es “un consumidor ideal” (13), en cuanto no quiere satisfacción, sino nuevos deseos. Sin embargo, contrariamente a lo que nos da a entender esta afirmación, el sujeto del consumo no es el deseo –el cual, por el contrario, corre el riesgo de desaparecer suplantado por el ansia de posesión– sino que la necesidad inducida de bienes siempre nuevos y siempre distintos.

El consumo de masas mata al deseo, sustituyéndolo por una fase de satisfecha saciedad determinado por la siempre posible y siempre inminente satisfacción de las necesidades. Medir los deseos es una empresa imposible. Procurar una lectura funcional y automática es una utopía. Ver una réplica cultural de las necesidades rutinarias es consolatorio. No hay vía de escape posible: el indefinido aplazamiento –rumbo inseguro– del orden precario y frágil del deseo es el horizonte de la psiquis humana. Aun cuando sea debilitante y poco tranquilizador reconocer la imposibilidad de procurar a los deseos un éxito seguro y una infalible gratificación, ésta es la verdad de la condición humana. El carácter universal y permanente de un deseo de estabilidad y seguridad, su pretensión de obtener directamente un objeto capaz de satisfacerlo plenamente, no garantiza nada.

Mucho antes que Freud, ya Platón había reconocido que “una especie de deseo terrible, salvaje y desenfrenada está en cada uno de nosotros, incluso en aquéllos que parecen del todo moderados” (*República IX*, 572 b). Y es exactamente esta especie de deseos que la “*paideia*” tiene la tarea de limitar y educar. Precisamente esta función sociocultural –esta

mediación entre *bios*, *psyque* y *polis*— es la que se está debilitando, suplantada por los imperativos del mercado y del sistema, y por la ideología del deseo ilimitado prometido a la satisfacción inmediata. Abandonada toda forma de responsabilidad colectiva, pública, se deja la gestión del deseo y de su terrible exceso al individuo. Con la ilusión de que pueda arreglárselas por sí solo.

Detrás de la crisis de la mediación asoma el riesgo de destrucción del deseo (14). Christopher Lasch alude indirectamente a ello cuando descubre en el narcisismo individualista que impregna nuestra época “el deseo de ser libres del deseo” (15). La pretensión del deseo de ser inmediatamente satisfecho es exactamente un modo para librarse del deseo, esto es, para librarse del aplazamiento necesario para su gratificación. De este modo, el deseo narcisista se complace de su imaginaria plenitud, experimenta placer en su presunta omnipotencia. Girando en torno a sí mismo, persigue una satisfacción absolutamente garantizada, evitando el riesgo de un rechazo del otro, pero esta misma ilusión de independencia lo vuelve todavía más profundamente solo.

Lo que desmiente más radicalmente la aspiración de la subjetividad a la propia autosuficiencia solitaria es precisamente la estructura del deseo, incapaz de autogenerarse, pero igualmente incapaz, si es abandonado a su propia suerte, de mantenerse con vida. Siempre permanece como irreductible, aquello que lo suscita y lo alimenta. El carácter externo de lo deseado no se deja absorber en el deseo y constituye su intrínseco límite. Pero es precisamente esta inaccesibilidad, sin la cual se extinguiría, la que el deseo tiende activamente a negar y suprimir, con ello girando en torno a sí mismo, buscando afanosamente su realización plena y definitiva que lo tornaría, en cuanto deseo, superfluo e inútil.

Hay, en el corazón mismo del deseo, una tendencia tácita y tenaz que lo desdobra y lo pone contra sí mismo, induciéndolo a no querer desear más, a no tener más nada que

desear, a agotarse en una fusión inmediata con el dato en el cual se consumiría el ansiado retorno a los orígenes. Según la psicoanalista Piera Aulagnier, es éste el sentido último de la pulsión de muerte, que tiende a restablecer la originaria quietud de lo inorgánico, buscando “*aniquilar toda razón de búsqueda y de espera gracias al retorno a un silencio primario, a un antes del deseo en el cual se ignoraba que se estaba ‘condenado a desear’*”. Esta tendencia regresiva hacia un imposible antes es aquello que llamamos *thanatos*” (16).

He aquí la razón de por qué las consecuencias del deseo abandonado a su propia suerte son destructivas y devastadoras.

Referencias

1. Freud S. Das Unbehagen in der Kultur; In: *Gesammelte Werke G.* Vol. 14, p. 473.
2. Freud S. Disagio della civiltà. In: *Opere di Sigmund Freud.* vol. 10, p. 602.
3. Scalfari E. *Viernes de Repubblica.* 29 de diciembre de 2000.
4. Beck U. *Risikogesellschaft.* Frankfurt: Suhrkamp; 1986.
5. Giddens A. *Runaway world. How globalization is reshaping our lives.* London: Profile Books; 1999.
6. Žizek S. *Il godimento come fattore politico.* Milano: Cortina; 2000.
7. Bauman Z. *In search of politics.* Cambridge: Polity Press; 1999.
8. Bauman Z. *Postmodernity and its discontent.* Cambridge: Polity Press; 1997.
9. Rifkin J. Mucche pazze e nuovi inizi. In: Canton P (trad). *Ecocidio. Ascesa e caduta della cultura della carne.* Milano: Mondadori; 2001. p. 3.
10. Redeker R. Un terrorisme sans terroriste. *Libération,* 23 enero de 2001.
11. Freud S. *Traumdeutung,* G W, BB. 2/3, pp. 571-574.
12. Freud S. *Interpretazione dei sogni,* OSF, vol. 3, pp. 515-518.
13. Bauman Z. *Dentro la globalizzazione.* Roma: Laterza; 1999.
14. Ciaramelli F. *La distruzione del desiderio. Il narcisismo nell'epoca dei consumi di massa.* Bari: Dedalo; 2000.
15. Lasch C. *La cultura del narcisismo.* Milano: Bompiani; 1995.
16. Aulagnier P. *La violence de l'interprétation.* Paris: Puf; 1975.