

Este texto es una versión extendida de “La autodeterminación del deseo”, capítulo del libro *EROMECÁNICA: La Erótica de la Maquinaria social*, de Saioa Olmo, 2016.

LA AUTODETERMINACIÓN DEL DESEO

Javier de Rivera

El origen de la mecánica. Técnicas y tecnologías.

La técnica es un conjunto de procedimientos que aplicados con cierta habilidad nos permiten obtener un resultado buscado. La técnica de la pesca, la técnica de montar a caballo, la técnica del tiro con arco, etc. La técnica es un conocimiento incorporado. Tenemos que introducirla en nuestro cuerpo por medio del aprendizaje, la observación y el ensayo-error. La técnica nos acompaña y nos produce como sujetos usuarios de herramientas. Aplicando la técnica nos conformamos como sujetos, y expresamos nuestro hacer en el mundo.

La tecnología es una sistematización de la técnica que permite exteriorizarla, objetivarla en mecanismos, maquinarias o protocolos que existen fuera de nuestro cuerpo. Se convierte en un medio externo. En la interacción con ella el sujeto está separado de aquello que le permite ejecutar su acción. También nos conforma como sujetos pero de forma exógena, ofreciéndonos lógicas y modelos a los que tenemos que adaptarnos para expresar nuestro deseo en el mundo.

El predominio de la tecnología muestra el ocaso del artesano como hacedor de lo cotidiano, y la emergencia de la producción en masa. La objetivación de los procedimientos en lógicas regulares y racionales, establece una separación entre el trabajo intelectual de diseño y el trabajo manual-práctico de ejecución. Esta separación abre las vías para la alienación del operario en la fábrica, que más que usar herramientas es usado por ellas cuando se le adapta a la lógica de la máquina.

Junto con las tecnologías industriales duras, las tecnologías organizativas facilitan la manipulación de las personas insertadas en el proceso. La organización “científica” del trabajo requiere de protocolos relacionales, normas de comportamiento y sistemas burocráticos que rompan las resistencias orgánicas del trabajador a insertarse en la maquinaria productiva. Más tarde la organización “científica” del consumo, el marketing, nos enseñará a desear los resultados del trabajo alienado. Se cierra el círculo de producción y consumo alienado.

Eros... ser, pertenecer y poseer

Eros es dios del amor físico, el amor del cuerpo y el amor sexual. Una forma de amor determinada. No es amor de madre, ni de hermano. Ni es amor a la patria o al arte. Pero de algún modo, hay una pulsión erótica detrás de todo amor, todo amor es atracción, y la atracción tiene un componente físico. Una excitación sutil que nos recorre con la cercanía -física o imaginaria- de lo amado. Esa es la libido, la motivación inconsciente que nos lleva a la acción, no necesariamente "sexual" en sentido ordinario, pero siempre atraída hacia un "objeto" estimulante.

La erótica del poder, es la forma más común e entender la erótica en las relaciones sociales. Del poderoso nos excita la potencia de su capacidad de acción, su acumulación de "libido" para llevar a otros a la acción. Se le obedece porque tiene recursos, o a veces tan solo porque sabe seducir y arrebatarse con su retórica y su convicción. Dejarnos poseer por el deseo del otro a controlarnos y gobernarnos nos aporta una sensación placentera de pertenencia, de ser valioso para alguien, aunque solo sea para usarnos.

El poderoso nos hace sentir que importamos cuanto nos pide que nos pongamos a su servicio, que vayamos a la guerra por él, que nos esforcemos por él, que muramos por él. Despliega la representación elocuente de su poder para que proyectemos nuestros deseos en el deseo de quien todo lo puede. El poderoso nos excita porque concentra el deseo de acción de aquellos a quienes tiene sometidos. Admirándole y sometiéndonos voluntariamente creemos participar de su éxito y ser también nosotros un poco "elegidos".

Sin embargo, más allá del atractivo del poder, todas las relaciones sociales cuentan con su elemento erótico. A cada ser le pertenece su propia porción de poder libidinal para compartir y crear con otros. En el proceso de organización social estas porciones se distribuyen conforme a los flujos de poder... gravitan en torno a acumulaciones libidinales. Las tecnologías de lo social son las que operan esa gestión del deseo colectivo.

El poder de la carne

La carne es más fuerte que el acero. Ese es el Secreto del Acero que Thulsa Doom, líder del Culto de la Serpiente, le enseña a Conan el Bárbaro. Poseer y dominar las mentes te hace más poderoso que cualquier arma. Después de todo las armas las accionan personas, cuyos cuerpos reaccionan a los mecanismos eróticos que les estimulan. Controlar la macromaquinaria de la erótica social te permite accionar esos mecanismos a voluntad y a distancia. Igual que Thulsa, que como demostración de su ero-poder, ordena con un gesto a una joven que se lance al vacío.

La mujer joven como icono de lo deseable es un recurso básico del poder erótico en la sociedad de los hombres. La teoría de La Jovencita del Tiqqun pretende criticar la manipulación del deseo por el consumo. La Jovencita es quien se ha sido seducida por el poder material, y le ha rendido su atractivo para que este poder lo articule como un recurso más para amplificar su poder de seducción.

Aunque la teoría de La Jovencita también es aplicable a los hombres, identifica formalmente a la mujer como modelo de sumisión al poder, y en cierto sentido parece que responsabiliza a la mujer-hecha-objeto de los eromecanismos de alienación que la someten. Al hacerlo, diluye la responsabilidad de aquellos a cuyo consumo (espectacular o real) está destinada. A fin de cuentas, ser transformadas en objeto requiere de un sujeto objetivante dispuesto a usarnos y mirarnos de cierta manera. Sin espectadores deseantes la azafata del espectáculo pierde su razón de ser.

A fin de cuentas, de lo que se trata es de superar el deseo cautivo en el culto a lo externo. El *deseo fetichista* que nos lleva a buscar en objetos lo que solo se puede encontrar en sujetos, y pretender por tanto cosificar al otro en imagen y en pieza del mecano con que intentamos satisfacer nuestro deseo de aprobación, pertenencia y sexualidad.

El multiespectáculo de las redes sociales

En el multi-espectáculo de las redes sociales todos nos convertimos en productores y consumidores de ilusiones, objetos vacíos que representan lo deseable. Su propuesta es que nos convirtamos en famosos en miniatura para poder ser admirados; que emulemos a La Jovencita preocupada por su imagen y por atraer la atención de los demás... para nada en realidad, más que para tener la ilusión de ser valiosas.

Pero el verdadero origen de la dominación no está en las vedettes que le dan su brillo, sino en quien dirige el juego y extrae valor de él. Las redes comerciales articulan una nueva forma de “mercado libidinal”, no exento de dinámicas sexuales y de género, en el que se intercambian y consumen deseos e imágenes. Un mercado de ilusiones construido para “generando valor” en manos de los gestores, los nuevos Thulsa.

Independientemente del contenido que creemos/consumamos, las redes comerciales nos domesticamos prometiéndonos éxito a cambio de sumisión a las prácticas de la inversión constante en la imagen, física o virtual.

Autodeterminación del deseo

Se-ducir es conducir desde fuera, introducir significados en un cuerpo vacío (un “significante vacío”), para que exprese como propio un deseo que le es ajeno. El alma alienada se excita con contenidos prestados que estimulan en ella un deseo fetichista, que no puede ser calmado, porque busca en objetos lo que solo se puede encontrar en sujetos.

La dominación es ante todo sexual. Necesitamos una sexualidad que nos excite sin necesidad de crear identidades sumisas ni dominantes. Liberar el deseo requiere desobjetivizar al sujeto que lo encarna. Sustituir el anhelo fetichista por la autoexcitación ante el encuentro con el otro, en un juego dinámico de intercambio constante de potencialidades activas-pasivas.

La autodeterminación del deseo significa ponerse en situación redefinir las formas de lo deseable, para expropiar la carga libidinal acumulada en la macromaquinaría de seducción social. Solo desde ahí podemos generar nuevas situaciones, en las que los mercados regulados de la “libido” se sustituyan por juegos de interacción vivos y en movimiento, devolviendo a los sujetos su *autonomía* y capacidad creativa.

Referencias:

Milius, John (Dir.) 1982. *Conan, el Bárbaro*. (Escena 1:10:45)
https://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=IGzOnbr4K2s#t=4243

Tiqun. 2012. *Primeros materiales para una teoría de La Jovencita*. Ed. Acuarela Libros.

Para citar:

Rivera, J. De (2016). La autodeterminación del deseo. Versión extendida. En Olmo, Saioa. *EROMECÁNICA: La Erótica de la Maquinaria social*. Bilbao: Ideanomics. Disponible en <https://javierderivera.net/texts/autodeterminacion-del-deseo-version-extendida.pdf>