

Subjetividad, cuerpo y mercancía en el capitalismo de ficción

Subjectivity, body and commodity in fictional capitalism

Edgar Miguel Juárez-Salazar ¹

<https://orcid.org/0000-0001-6412-561X>

RESUMEN: El presente texto busca relacionar la noción de intimidad en las dinámicas del capitalismo contemporáneo con las formas ficcionales que sostienen las dinámicas culturales de nuestros tiempos. Desde las reflexiones de Marx sobre la mercancía y su fetichismo, se pretende indagar en las formas actuales de la vida y su exhibición en el capitalismo. La producción cultural de la intimidad es presentada como una directriz que busca olvidar las condiciones políticas de la existencia del sujeto produciendo mecanismos que regulan la actividad de los sujetos a partir del control sobre sus cuerpos, sus conductas y sus relaciones sociales. Estas condiciones precisan un control de los cuerpos y su normalización que permiten estandarizar las formas en las que lo interior es mostrado como público. Ficción y fetichismo construyen el eje por el cual se analizan algunas de las dinámicas de exposición por las cuales el capitalismo construye su eficaz control sobre el cuerpo y la vida subjetiva.

PALABRAS CLAVE: Capitalismo, cuerpo, ficción, interioridad, mercancía

ABSTRACT: This article seeks to relate the notion of intimacy in the dynamics of contemporary capitalism to the fictional forms of our times. Utilizing Marx's reflections on commodity fetishism, it examines current lifestyles and their exhibition in capitalism. The cultural production of intimacy is seen as a configuration that seeks to erase the political conditions of existence by producing mechanisms that regulate subjects' activity by means of control over their bodies, behaviors, and social relations. These conditions require a control and normalization of bodies that, in turn, standardizes the ways in which the interior is shown as public. Through the axis of fiction and fetishism, the text analyzes the dynamics of exposure by means of which capitalism builds its effective control over bodies and subjectivities.

KEYWORDS: Body, capitalism, commodity, fiction, intimacy

¹ Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco. Correo electrónico: edgar.jusan@gmail.com

Fecha de recepción: 21/05/2018. Aceptado: 22/10/2018

Subjetividad, cuerpo y mercancía en el capitalismo de ficción

Introducción

El capitalismo contemporáneo ha dejado de ser sólo una *espantosa* hidra que todo lo convierte en desecho. Vivimos, en nuestros días, un giro abrupto hacia un *capitalismo estético*, un capitalismo del bien decir, del bien actuar, de lo políticamente correcto; un capitalismo donde la apariencia es clave para perpetuar la presencia sutil de la dominación económica; un capitalismo de lo *polite*; un capitalismo de lo fatuo pero efectivo. Durante la última década, a partir de un aumento considerable en el acceso a las nuevas tecnologías y la ampliación del espacio globalizado,² el capitalismo ha perfeccionado sus métodos de producción y de consumo, y también ha logrado *estetizar* su presencia en el mundo. Presentamos aquí algunos desarrollos teóricos que permiten reflexionar sobre las condiciones actuales del capitalismo y sus efectos. Realizaremos primeramente un recorrido teórico sobre la emergencia del capitalismo actual, señalaremos sus ajustes y rectificaciones para producir un sistema cultural.

El capitalismo tardío, como fase actual del capitalismo, es descrito primigeniamente por Mandel (1979, 485) en los límites ideológicos específicos de la “omnipotencia de la tecnología”, el exceso de la técnica articulada a los cuerpos que dibuja hoy en día a los sujetos como pretendidamente inocentes, crédulos, ingenuos, útiles, benevolentes y comprensivos dentro de una condición de simulación. Con lo anterior, el capitalismo tardío, que ha rebasado las condiciones del capitalismo industrial o productivo, se convierte en una tecnificación del capitalismo de consumo y toma la forma de “sistema cultural” que, en conjunto con “la lógica del simulacro” y “con su transformación de más antiguas realidades en imágenes de televisión, no se limita a replicar la lógica del capitalismo tardío, sino que la refuerza y la intensifica” (Jameson 1991, 76). El capitalismo tardío no sólo trastoca las condiciones del Estado y de la economía sino posiciona su base en las dinámicas ideológicas y, como señala Habermas (1989, 53-54) su “proceso de legitimación” se encuentra centrado en una “lealtad de masas difusa en su contenido” que “evita la participación” y construye “ciudadanos pasivos” al interior de una “democracia formal” donde lo “público” pasa a ser una “publicidad burguesa”.

Por su parte, Jesús Ibáñez (1997, 162) va un poco más allá y sugiere que el capitalismo de consumo en su forma más próxima está situado en formas de “control” mediante “la simulación” y esto produce una “simulación del mundo” que deviene en un “caleidoscopio” de realidades. Esta simulación es pensada por Vicente Verdú (2006, 15) como una ficción que radica su “tendencia a la homologación”, a la estandarización y contención de la diferencia; en tanto éstas puedan ser susceptibles de comercialización y resultan paradójicas pues proponen también, dentro de la misma homologación, la necesidad sistemática de producir una *diferencia controlada* entre los individuos. El capitalismo de ficción, a diferencia de sus

² Es pertinente mencionar al capitalismo como productor de la *esfera de cristal* como la ha denominado el filósofo alemán Peter Sloterdijk (2007, 211). En la cual, “el capitalismo implica el proyecto de trasladar la vida entera de trabajo, deseo y expresión de los seres humanos, captados por él, a la inmanencia del poder adquisitivo”; logrando generar una interioridad mundial que tiene también efectos de exclusión para quienes son incapaces de sostener un determinado poder adquisitivo.

antecedentes, “capitalismo de producción” y “capitalismo de consumo” que estaban centrados en los “bienes y el bienestar material”, se ha enfocado en la administración de las “sensaciones y del bienestar psíquico” lo que muestra un capitalismo ocupado de la individuación, de la intimidad y de la producción de sistemas de consumo pretendidamente clausurado a los límites *interiores* de las personas (Verdú 2006, 10-11).

Con lo anterior, dentro del capitalismo de ficción, la técnica de producción cultural profundamente ideologizada coloca en el *semblante* la apropiación de todas las emociones, vivencias, expresiones y pasiones del sujeto. Como anota Verdú (2006, 24), en el capitalismo todo está ordenado para “favorecer la circulación y la velocidad del intercambio”. Pero también, no se dejan de producir dinámicas de la inmediatez; mecanismos de intercambio social prácticos, instantáneos, volátiles, etcétera. El capitalismo y sus cófrades transnacionales comprenden perfectamente que la lógica de toda relación, entre lo exterior y lo interior, en el sujeto, se desdibuja cautelosamente para hacer producir a la subjetividad como un elemento de intercambio.

De *Tinder* a *Facebook*, de *Coca-Cola* a *Johnnie Walker*; la movilidad, el intercambio y la rapidez, resultan ejes clave para retratar, de forma pictórica e ideologizada, la intimidad y las formas de comunicación. Esto se exhibe dentro de un momento fugaz que, paradójicamente, es indispensable para producir el sostenimiento de los métodos *exteriores* capitalistas del intercambio. Lo inmediato, lo práctico y lo conmensurable son también un medio de saber de nuestras prácticas individuales más íntimas. De esta manera, el capitalismo de ficción, del intercambio excesivo, sostiene la pantalla exterior que es alimentada por una intimidad cada vez más homogenizada por un exterior supuestamente plural.

Aclarado el posicionamiento ante el capitalismo de ficción, a continuación se busca bordear cómo es que se producen las dinámicas interiores y exteriores en el seno de un capitalismo de ficción y también se pretende estudiar algunos de los efectos que estos intercambios producen en la cultura y la subjetividad tecnológica. Primeramente, profundizaremos en la teoría marxiana³ de la mercancía y la movilidad en el mercado de las mercancías, su relación con un *saber* de la producción y de la subjetividad y su engranaje dentro de un sistema económico-político desde las lógicas del signo y la exterioridad. Posteriormente, intentaremos desarrollar una tesis sobre la idea de una intimidad mercantilizada y rentabilizada desde la cimentación de un capitalismo de la pura apariencia. Por último, pretendemos situar algunas conclusiones a partir de los efectos de esta construcción pública de la intimidad y sus usos políticos de regulación y normalización mediante el control del cuerpo y del yo.

³ Por *marxiana* entendemos propiamente la teoría de Karl Marx. A las ideas posteriores basadas en el filósofo de Treveris las denominaremos marxistas o marxismos. Esta distinción no es aleatoria sino incisiva, pues al marxismo se le suele introducir y *reducir* como un concepto totalitario, canónico, inflexible, etcétera; sin matizar, en muchas ocasiones, las diferencias teóricas entre Marx y sus seguidores.

La lógica económico-subjetiva de la mercancía. Hacia una interioridad desde Marx

En junio de 2015 vio la luz una nueva biografía del filósofo Karl Marx escrita por Francis Wheen con el título original en inglés: *Karl Marx. A Life*. El tomo consta de poco más de cuatrocientas páginas y fue editado por la transnacional *Penguin Random House*. A diferencia de las ya clásicas biografías del filósofo judío, entre las cuales se encuentran profundos recorridos biográficos y teóricos (Berlin 1996; Mehring 1935; McLellan 1996), la historia relatada por Wheen es extremadamente *íntima*, matiza detalles hondamente personales de la vida de Marx y su familia, sus amigos, sus juergas, sus desplantes y bromas a sus editores, etcétera. En definitiva, el recorrido del periodista británico por la vida del filósofo de Treveris dista, en comparación, profundamente de las biografías clásicas que ya hemos referido. Y, evidentemente, fue un éxito editorial.

Este prolegómeno puede agudizarse un poco más si acudimos a la entrada de Karl Marx en la Wikipedia en español. Sorpresivamente, la biografía *íntima* de Wheen es la más referida en comparación con el resto de las biografías clásicas! Dos enseñanzas podemos extraer fundamentalmente de esta condición. Por principio, *Marx no ha sido superado*, pero tampoco ha dejado de ser un perfecto negocio para quienes lucran con el marxismo. Y por el otro, parece que, paradójicamente, sus enseñanzas sobre la mercancía, como uno de los profundos núcleos de la economía política, han cobrado una irónica factura en el ultimísimo del capitalismo de ficción. Dicha ficción reside en el carácter *interior* de la vida de Marx como núcleo fundamental de su intercambio en el contexto actual.

Si bien ciertos cuestionamientos realizados hacia la crítica de la economía política marxiana no dejan de insistir en la pretendida polarización totalizante y universal de las lógicas económico-políticas del antagonismo de clase, existen también reflexiones encaminadas hacia puntos muy definidos que articulan nuevas formas de antagonismo. Marx, llega a ser incómodo y productor de *impasses* entre sus mismos seguidores e incluso entre los partidarios del llamado posmarxismo (Laclau y Mouffe 1985; Laclau 2006), esta condición revitaliza profundamente al marxismo pues confirma su condición dialéctica que va más allá del determinismo económico y que sitúan al antagonismo de clase como un pilar insuperable dentro de las condiciones históricas del capitalismo.

El pensamiento de Marx, y ulteriormente el marxismo, es una teoría incómoda por parecer *imparcializable* con el paso del tiempo. Su ubicación complejiza las condiciones reales de existencia con base en un antagonismo fundante que *íntimamente* está relacionado con las formas contemporáneas de la mercantilización y la producción del sujeto-mercancía. La teoría de Marx, parece ser más una conjetura sobre el sujeto que un conglomerado económico-político reducido e inmóvil. En este sentido, la noción de mercancía resulta también útil pues no se trata de una condición puramente económica sino de una relación con el intercambio de los signos y la vida simbólica de los sujetos. El punto nodal de anclaje del sujeto a un sitio paradójico, dialéctico y material donde el mercado está articulado en la producción del sujeto mismo es, sin duda, la mercancía a través de las formas de producción.

Pero, ¿cómo comprender desde Marx a la mercancía?, ¿qué es aquello que fascina en la mercancía? y ¿qué relaciones guarda con las dinámicas subjetivas del

hombre contemporáneo en el capitalismo de ficción? Por principio, la mercancía es uno de los conceptos clave del pensamiento de Marx. En palabras del mismo Marx (1867, 46-47), la “forma mercancía es la forma más general y rudimentaria de la producción burguesa”; debe considerarse, como todos sabemos, a partir de la disposición de un valor de uso y un valor de cambio. Pero las mercancías, para Marx, estaban compuestas también de elementos prácticos, enigmáticos y funcionales. Algunas mercancías, como el oro y la plata, como señala Marx (2006, 47) están “dotadas de virtudes sociales maravillosas”; tendrán formas de valor, generales y relativas, y terminarán subsistiendo históricamente por vía del intercambio entre otras mercancías en un sistema de relaciones sociales de producción.

Ahora bien, uno de los puntos más interesantes para nuestra reflexión se localiza en el llamado fetichismo de la mercancía. Cuando Marx (2010) aproximaba sus estudios sobre la ideología no llegaba todavía a imaginar la fuerza que ocuparía el concepto de fetichización en las dinámicas políticas, económicas y sociales. La tesis de la falsa conciencia, tan criticada en muchos puntos, y producida por el velo ideológico, fue desplazada por la oportuna insistencia del carácter *enigmático-místico* de las mercancías y su efectividad; la cual hoy en día ha tenido profundas teorizaciones desde el panorama de la izquierda académica.⁴ Es entonces, desde la mercancía, donde se suscitan mecanismos que parecen interiorizar las relaciones sociales productivas exteriores con la interioridad consciente-ideologizada del sujeto.

En el mismo punto, Marx (2006, 37) precisa que “el carácter místico de la mercancía no brota de su valor de uso” pero, indudablemente, “tampoco brota del contenido de sus determinaciones de valor” pues “representa” un “gasto esencial de *cerebro humano*”⁵ que escapa a los simples designios del trabajo como forma concreta e inalterable de la producción. Se trata ahora, de comprender a la mercancía en su sentido fantasmático-organizacional. De lo que el mismo Marx denomina la “forma social” en la que termina reducido el trabajo. Las mercancías son producciones pero, al mismo tiempo, sostienen un mercado fantasmático de las relaciones productivas de trabajo en una forma social específica; en nuestro caso, la capitalista que convierte todo en mercancía.

Para Marx (2006, 37-38), “la forma mercancía” es aquella que “logra proyectar ante los hombres el carácter social del trabajo”; condición que descentra a la mercancía del trabajo material. Pero, igualmente, es en esa proyección donde los hombres observamos los objetos de manera “fantasmagórica” que hace mantener al trabajo humano alejado de la esencia del intercambio entre mercancías. Las dota de un velo más agudo y profundo que logra difuminar las condiciones materiales de la producción para exhibir la condición alienante del trabajo. En el capitalismo contemporáneo, parece que todas las relaciones sociales de producción sólo pueden ser percibidas a partir de esta lógica fantasmática. La ficción residiría en una condición ontológica e inalterable de la mercancía en sí misma. Marx lo ha hecho de nuevo, en un par de páginas publicadas en 1867 que han sido citadas, muestra que la mercancía resulta un constructo etéreo y consecuente que funda la base del capitalismo ficcionado.

⁴ Compárese con Žižek (2004) y Eagleton (2005).

⁵ El resaltado es nuestro.

Paralelamente, en una reciente introducción a una nueva traducción del *Fetichismo de la mercancía* de Marx, Anselm Jappe (2014, 22) precisa este carácter *ficcional* del capitalismo a partir de un nuevo entendimiento económico del capitalismo contemporáneo; resulta profunda e inmanentemente “ficcional” pues la “acumulación de capital” reside actualmente en el “crédito y la especulación”; una exterioridad económica, esencialmente simbólica que precisa la incidencia del capital como profunda exteriorización de la fuerza de trabajo articulada a un símbolo. Es decir, las dinámicas dentro del capital ficticio que funciona con el “dinero” que no es resultado de una valorización sino de una disposición de intercambio ficcional.

La especulación capitalista como suerte de ficción, se ejecuta en una dinámica exterior del sujeto, no puede, tampoco, sino situarse en la imposibilidad de reconocer el trabajo como algo que, posteriormente, se intercambiará en un mercado a partir del dinero que no paga sino con semblante, con imagen, o con mecanismos de emprendedor en el mundo contemporáneo pero también con su forma simbólica como signo. Son estos usos de las relaciones fantasmáticas de las mercancías, los mismos que permiten una simulación acumulativa ya no sólo de los mercados financieros sino también de las formas subjetivas en las que los sujetos perciben sus mismas relaciones sociales.

Pero, además de enseñarnos sobre la mercancía, el legado marxiano parece precisar también una eficiente disposición particular sobre las condiciones exteriores del trabajo, situadas en el dinero y el mercado en conjunto con la noción de sujeto y su psiquismo. Entendemos con esto que, si toda psicología es social, algo de la interioridad del sujeto deberá verse problematizada a partir de los intercambios mediatizados por efecto del intercambio monetario. El dinero no es otra cosa que un significante que no paga sino una parcialidad de la fuerza de trabajo. Es suficiente con acercarnos a un cajero automático para observar, con demasiada facilidad, que nuestra fuerza de trabajo se ha convertido en dígitos que, obtusamente, se intercambian allí, a nuestro alcance, en otros dígitos significantes, pretendidamente materiales, que no representan el trabajo.

Con lo anterior, debemos plantear que las articulaciones subjetivas son también parte de estos intercambios y no formas aisladas, interiores o *apolíticas* independientes de las dinámicas económicas. Estas propuestas, sitúan a la economía en las *directrices psicológicas* de la subjetividad contemporánea pues, desde un psiquismo interior y cognitivo, se pretende, en muchas ocasiones, reducir toda actividad subjetiva a las disposiciones mentales como formas interiores del pensamiento. Si la subjetividad se precisa como interioridad es justamente porque las disposiciones sociales exteriores ejercen su inexorable influjo sobre las dinámicas psíquicas interiores de la vida de los sujetos en el capitalismo.

Más allá de la determinación, en última instancia por la economía, sobre las prácticas de los sujetos propuesta por Althusser (2010), creemos que la relación entre mercancía y subjetividad debe precisarse en los constructos que resultan de articular la cimentación de una profunda intimidad subjetiva, instituida por una reminiscencia lacónica de la noción fetichizada de un psiquismo interior y no social. Si el sujeto es capitalista, no sólo su conciencia es también capitalista sino también su inconsciente como precisa Tomšič (2012; 2015). Esto es trascendental, pues además de la represión cultural, el inconsciente también trabaja, en el sueño, en el

lapsus, en el chiste y, fundamentalmente, en el síntoma. Incluso el mismo Freud (1992) hablaba ya de un *trabajo de sueño*.

Además de trabajar, nuestro psiquismo representa ficciones útiles. Grüner (2015, 44) señala que “la lógica más ‘fundante’ del fetichismo se define por la sustitución del todo por la parte” que produce como efecto “una ficción verdadera”. Mecanismo ficcional, interior y psíquico que, en tanto útil, no deja de recordarnos la insistencia primigenia de los modos contemporáneos de producción y regulación de la subjetividad en el capitalismo. Más allá de ser una mera imagen, la ficción resulta ser también una utilidad. Como apunta Luisina Bolla (2014, 65), “la ficción puede asemejarse a una suerte de ‘pantalla’ o velo que obtura el acceso a la Realidad; pero también puede ser concebida como una ‘ficción necesaria’; es decir, como la representación necesariamente imaginaria de una realidad que permanece inasible”. Esa representación presenta su articulación utilitaria en el medio de intercambio por el cual un sujeto puede acceder a una realidad posible. Nuestro psiquismo, muchas de las veces reproducido científicamente como un sistema totalizado e interior cognitivo, exhibe de una manera profundamente ficcionada de la realidad concreta. Esta condición interiorizante y ficcional, es por la cual se elaboran psicologías abyectas de un psiquismo interior perpetuo, que ya han sido examinadas por diversos críticos de la psicología (Canguilhem, 1966; Holzkamp, 2015; Parker, 2010).

En efecto, el psiquismo no está aislado de la producción cultural pero tampoco de los vicios estructurales del capitalismo de ficción. La complicidad económica en el interior de la llamada subjetividad se vincula a una distribución del psiquismo laboral fetichizado y producido desde un intercambio económico. Por ejemplo, la noción del yo y su sentido común, tan impregnada en la psicología, o incluso la elaboración de las representaciones sociales de Moscovici (1961), entre otras teorías, parecen olvidar el carácter productivo de la fetichización en la forma consciente de la mercancía. Finalmente, si supusiéramos que el yo es autónomo, coincidiríamos en que, aunque interiorización, algo se debió de producir desde la exterioridad y las dinámicas sociales y culturales del intercambio.

En este sentido, los fenómenos del inconsciente, a partir de los desarrollos de Lacan (2008), se presentan también como elementos contingentes que han encontrado, en el capitalismo, modos particulares en los que la fetichización de la mercancía, su intercambio y su sostenimiento, desde la plusvalía, muestran nuevas formas del discurso del amo moderno. Los actos narrativos en los que encontramos muchas de las alocuciones de ciertas psicologías positivas se muestran también como una compleja posibilidad ficcional de los modos en que el sujeto siente, interioriza y vive su vida anímica (véase Illouz 2007, 2010). La ficción capitalista, emocional e interior, se encuentra profundamente arraigada en el sujeto.

Nuestro mundo psíquico interior no es nuestro ni se trata de una *propiedad* individual. Como afirma Pavón-Cuéllar (2015, 114), “el propietario confunde su propio ser con su propiedad y deja de existir independientemente de ella”. Es así como “el objeto se apodera del sujeto” y, como efecto, “el poseedor es poseído por lo que posee”. La persona sólo es una personificación de su posesión económica. Su personalidad no es más que un despliegue subjetivo, *mental*, y la “conducta”, mediante “cierta categoría económica”, se precisa representada mediante la misma “categoría” que “se ve personificada y adquiere un psiquismo a través de la persona” desde los enclaves de la ficción, de una puesta en escena como es señalado

oportunamente por Erving Goffman (2001). Nuestro psiquismo es parte fundamental y consistente de la representación ficcional a causa de que él mismo es erigido como una ficción activa y utilitaria. La forma fetichizada de la mercancía produce una conducta fetichizada que no es propia o interior del sujeto sino exterior y estructural donde el sujeto es, en sí mismo, una mercancía.

Ahora bien, la interioridad del sujeto en el capitalismo actual ya no sólo sería parte de una ficción general o colectiva; sino un medio por el cual las formas interiores de la vida de los sujetos se ven continuamente forzadas a responder a la exigencia de las dinámicas económicas utilitarias de la ficción. El fetichismo de la mercancía es únicamente el pivote que sostiene el inflado de la gran esfera capitalista ficcionada. Lo concreto de la vida histórica se ve transmutado en las formas útiles de las mercancías y su intercambio y no en la necesidad concreta e histórica de una mercancía. En este sentido, el espacio de la mercancía ha dejado su actividad puramente económica para articularse en el espacio de la economía política.

Al cuestionar la subjetividad ficcional desde el plano de la economía política reconstruimos el espacio del campo de batalla de la ficción. Como señala el crítico contemporáneo de la cultura, Terry Eagleton (2011, 90-91), es imprescindible “trascender” la idea de categorizarnos como “seres prematuros” para lograr “avanzar hacia el espacio de la política” como señal necesaria y radical de un mundo que propone la regulación categorial de la existencia racional en un mundo capitalista. Precisar una “naturaleza humana” psíquica que sólo reproduzca el *status quo* mediante una simple “disculpa” políticamente correcta es hacer el juego condescendiente de la ficción. La exterioridad política del sujeto es sustancialmente creadora de una intimidad avasallante en el capitalismo de ficción y que es reducida a los cánones previamente determinados por el mismo *status quo* que vaticinó las formas por las cuales, desde el psiquismo hasta sus modos de consumismo, el sujeto queda determinado como pura interioridad.

De esta manera, por complejo que resulte, el “cansancio a solas” planteado por Han (2012, 47), no deja de ser una vieja reminiscencia *cognitivo-social* que olvida que para la creación de la soledad hacen falta creyentes activos no mediatizados sólo por una insistencia mental. Si el psiquismo puede ser considerado como interioridad es, necesariamente, porque su exterior simbólico le matiza y le constriñe en las disposiciones contractuales como mero intercambio difuminado entre el capital de consumo y la inexorable necesidad de complementar la existencia del sujeto desde un símbolo exterior que, a pesar de su insistencia, no complementa plenamente la existencia de un sujeto. Por el contrario, buscar entender este «cansancio» sin indagar en la ficción utilitaria del capitalismo, produce una reducción del entendimiento de la vida social y económica a un individualismo perpetuo que sólo podría atenderse a sí mismo.

El pasaje de la interioridad al nudo exterior del capitalismo de ficción

Las disposiciones culturales del capitalismo de ficción no hacen sino recordar, muchas de las ocasiones, la vacuidad de la existencia entregada a las dinámicas interiores de la vida humana. El capitalismo ha entendido bastante bien que los humanos, en tanto especie, pueden ser administrados, de una mejor manera, si se edifican fuertes construcciones sociales que hagan sumamente contradictoria la existencia exterior de su existencia y más efectivo el mundo interior e inmediato. La

subjetividad, como último resquicio de la condición humana, pretendidamente individual, no logra separarse en ningún momento de estas disposiciones del orden social, de la administración y exposición de su vida íntima. La relación entre intimidad y exterioridad está siendo pensada desde un pasaje difuso entre lo exterior (la estructura del lenguaje y las relaciones sociales de producción) y lo íntimo (las condiciones psíquicas y espaciales delimitadas por las condiciones culturales). Esta oposición está llena de complejidades de delimitación que iremos dilucidando en las siguientes páginas.

Por principio, debemos señalar que la intimidad es una garantía de seguridad para el amenazante mundo exterior. Como muestra Norbert Lechner (2015, 218), existen tres miedos fundamentales que estructuran la *subjetividad interior* desde la exterioridad. Por principio, el “miedo al otro, que suele ser visto como potencial agresor”; paralelamente “el miedo a la exclusión, económica y social” y por último, “el miedo al sinsentido” como “raíz de un proceso social que parece estar fuera de control”. Estas tres formas de clasificación del miedo cohabitan en la dinámica interior-exterior, empero, son producidas desde la exterioridad para diseñar lo íntimo.

Ahora bien, la relación entre la interioridad y lo exterior puede subsistir en un miedo a las exigencias sociales contemporáneas del capitalismo con la salvedad de la garantía excluyente que parte desde el sujeto hacia el otro. Los miedos se presentan como un eje nuclear y de distinción donde lo íntimo es exterior y procura, desde luego, buscar inmunizarnos de la realidad social como intercambio administrativo de la *bios* (Esposito, 2005). La ficción de la interioridad muestra efectos de segregación que son producidos mediante un sistema político que busca homogenizar más allá, incluso, de los viejos nacionalismos.

Una administración de la vida, tan paradójica como sustancial, que provoca una situación conflictiva entre el existir en sí mismo (*zoé* como interioridad) y el funcionar administrativamente (*bios* como exterioridad). Por un lado, el capitalismo hace confluir a las sociedades en la dinámica ficcional pero efectiva del consumo y, por el otro, hace subsistir al sujeto en un complicado mundo interior que se ve rentabilizado en las formas económicas del capitalismo de consumo actual. Una *bios* que exige la presencia del sujeto como máquina de consumo de masas, dirigido a ficcionar útilmente sus lógicas interiores. Por ejemplo, sitios como *Ebay* o *Mercadolibre*, no solamente facilitan las compras de los sujetos en el mundo actual, sino que, paralelamente, producen una constante evitación del riesgo de lo exterior desde la intimidad. La disposición de la intimidad consumista contemporánea es, entonces, la garantía de la sustracción de toda relación social exterior amenazante producto de la ficción sobre la realidad misma. No hay más elección que la ficción sobre la exterioridad y la amenaza constitutiva como medio vincular entre lo externo y el sujeto.

Por otro lado, uno de los efectos de la fetichización, entendida como una exigencia abrumadora por la utilización del valor de cambio y una insistencia absoluta por el oscuro secreto de la mercancía, precisa una existencia subjetiva *desubstancializada* y vacua. *Coca Cola* sin cafeína, *Playboy* sin mujeres desnudas, entre otros, son algunos ejemplos de una vida íntima regulada, administrada y vacía de contenido. La cultura contemporánea se dibuja en un mundo que lo controla todo a partir de la intimidad como regulación. Como afirma puntualmente Eagleton

(1997, 107), “algunos radicales posmodernos detestan la idea de la clausura” pues no “desean excluir a nadie de su deseado orden social” haciéndolo parecer “conmovedoramente generoso pero claramente absurdo”. El mundo se cuenta entre quienes se excluyen de las dinámicas íntimas del consumo y quienes se sitúan, en los bordes del consumismo totalitario, como los exiliados que amenazan a las clases más pudientes e inclusivas del mundo. Nuestros digitales y conflictuantes *apartheids contemporáneos* dan cuenta, cada vez más insistentemente, no sólo de los círculos de pobreza sino de un mundo cada vez más interiorizado para quienes pueden pagar el precio de la inclusión a la enorme red de medios digitales.

Muchas de las formas de esta intimidad que nos ofrece el capitalismo de ficción se encuentran sutilmente moduladas por la existencia de una intimidad que se desprende de mecanismos técnicos y políticos que la dibujan y la estampan en los modos de la vida cotidiana. En este sentido, el orden social contemporáneo ofrece algunas libertades políticas y económicas que trastocan la vida individual del sujeto. Para Gilles Lipovetsky (2010, 67), una de las claves de la era posmoderna se centraliza en la construcción de *dispositivos psi* que materializan un “psicologismo” que “desmantela los antagonismos rígidos, las excomunicaciones y contradicciones” produciendo un “narciso demasiado absorto en sí mismo”. Una existencia exigida por los imperativos de la razón técnica e instrumental de autoconocimiento del sujeto más allá de los mecanismos de poder. Esto ya había sido observado por Foucault (2016, 45) cuando hace una distinción entre “técnicas de dominación” y “técnicas de sí” que dibuja en el sujeto un “gobierno de sí”, una suerte de autocontrol dirigido por un saber que produce subjetividades autogobernadas.

El yo y sus condiciones ficcionales, como forma grandilocuente de la vida parece ser la condena de todo sujeto contemporáneo que se entrega a la dinámica de la vida interiorizante del capitalismo más recalcitrante. La comunicación en la llamada *cultura digital* precisa nuestra sugestión a un mundo *psi*, intensamente estereotipado y autogobernado por la exigencia, en las formas modernas de expresión psicológica del mundo. Habrá que exaltar el mundo de la *selfie*, un mundo como espacio íntimo que no busca otra cosa que, por un lado, la demanda exterior del sistema simbólico de la cultura y, por el otro, resguardar la intimidad para los exigibles, para aquellos que garantizan la fatua pero útil existencia de una historia en *Instagram*; el valor de la intimidad parece medirse en segundos de exposición en *Instagram Stories*. El capitalismo de ficción agudiza las condiciones de proliferación de las tecnologías sobre el psiquismo interior, borrando parcial y de forma imaginaria las condiciones exteriores y políticas del capitalismo en sí mismo.

Esto es posible imaginarlo también en medio de un capitalismo que, en ocasiones, parece también diluir la distinción entre lo exterior y lo íntimo. Quizás, se trata de lo que Gilles Deleuze (1989, 39) había pensado como el “pliegue del mundo y del alma”, pensando a ésta como una “expresión del mundo (actualidad), pero porque el mundo es lo expresado por el alma (virtualidad)”. Así, la condición del pliegue nos permite pensar la *ida y vuelta* interminable entre lo interior y lo exterior, por más que intente ser omitida por el capitalismo de ficción que centra sus esfuerzos en la edificación de una intimidad total.

Ahora bien, el psiquismo del sujeto necesita un cómplice para todas sus astucias y la elección predilecta para el capitalismo de ficción recae en la corporalidad del sujeto. El capitalismo de ficción busca exhibir la vida corporal

mediante dispositivos que permiten potencializar, entre otras cosas, la forma del cuerpo como una *inmediatez interior* que es susceptible de normalización, sometimiento, exteriorización y adecuación. Como apuntó Baudrillard (2007, 165), “el culto del cuerpo ya no está en contradicción con el culto del alma: lo sucede y hereda su función ideológica”. El cuerpo vivo como objeto permisible, estructurante y mercantilizado es el eje rector de la existencia digital.

De este modo, la exigencia sobre el cuerpo es el primer límite de la intimidad, lo inexpugnable pero, paradójicamente, lo calculable, lo sometido, y el valor máspreciado de la intimidad que se exhibe en todo momento al exterior. Desde la propuesta radical de Donna Haraway (1991), el cuerpo no es más que una mercancía tecnológica. El cuerpo es *mercantilización tecnologizada* y exterior que reconforta el mundo psíquico interior. Con esto, el cuidado del cuerpo no sólo debe ser controlado biopolíticamente sino exhibido mediante la multitud de dispositivos móviles e incluso el cuerpo mismo es pensado ya como un dispositivo móvil que actúa mediante artefactos tecnológicos añadidos a su condición puramente *biológica*.

Esta condición regulatoria y disciplinaria del cuerpo había sido ya analizada por Foucault (2013, 199), en un periodo previo a sus abordajes sobre la administración del biopoder y la biopolítica, cuando señala que “la disciplina “fabrica” individuos, es la técnica específica de un poder que toma a los individuos a la vez como objetos y como instrumentos de su ejercicio”. El cuerpo y su disciplinamiento son parte del engranaje de control y de producción de subjetividad debido al desarrollo de técnicas específicas para su control y para ser consumido como mercancía. Se trata de un cuerpo fetichizado y obediente.

En este sentido, el cuerpo es un consumible en las dinámicas de un capitalismo de ficción, pero tiene la particularidad de ser consumido estética y psíquicamente, ficcionado una y otra vez su moldeamiento a la menor provocación. La seducción del cuerpo como mercancía no hace sino edificar una interioridad, y se convierte en el medio de atracción de las dinámicas de exhibición contemporáneas del capitalismo, que sustenta en el cuerpo los alcances legitimadores de una vida política y económicamente correcta. Lipovetsky (2009, 179) problematiza estas condiciones en la “ley de la obsolescencia, de la seducción y de la diversificación, aquella que hace oscilar lo económico en la forma de la moda”. El mundo de los cuerpos obsoletos *per se* plantea el conflicto entre la exigencia del capitalismo en una ficción del cuerpo que durará toda la vida. Cuerpo e intimidad matizan, en el capitalismo contemporáneo, la exigencia estética, las condiciones de lo obsoleto, la sobreexposición desde la comodidad de la intimidad.

La exigencia de perpetuidad corporal y de existencia no hace otra cosa que mostrar la precariedad misma de una ilusión sobre el cuerpo. El cuerpo parece regular, aunque sin mucho éxito, nuestras prácticas exteriores mediante las tecnologías interiores. Nuestro cuerpo parece ser, al mismo tiempo ese frágil elemento que subsiste a las inclemencias de la vida, nuestra perpetuidad se ve amenazada por el exterior, por un ataque *zombie* imaginario o por la presencia del cáncer inevitable si consumimos los alimentos que el mismo capitalismo produce; todo esto hace creer que el fin es inevitable pero nos precisa sanos y lúcidos. Temer por la desaparición de nuestra vida corpórea es imprescindible. Siguiendo a Ignacio Padilla (2012, 19), la ilusión del “fin del mundo” puede ser perfectamente convertida

en un “poder, arte o espectáculo” por el cual, nuestra existencia, puede ser transformada en una “experiencia estética” por la cual nos entregamos a una “voluntad crepuscular” que conlleva a una “lenta agonía” de la presencia en este mundo.

En este sentido, Baudrillard (1993, 137) afirma, con mucha precisión que el “problema del fin” tiene que “vivirse diferido” con base en su “operación simbólica”; condición por la cual, para el ingenuo y grandilocuente sostenimiento del yo y su cuerpo, su “inmortalidad” no es sino una “ilusión” profundamente inconmensurable con su existencia. Habrá que morir dejando un cadáver presentable, la utilidad de nuestro cuerpo es también una ficción de la perpetuidad de un cuerpo que no es precisamente perpetuo. Es en el discurso de la ilusión donde se fragua la combinación entre cuerpo y mercancía, y sin meditarlo mucho podemos descubrir que es mediante el discurso que “podemos saber sobre el orden social” y dar cuenta de la exigencia de éste sobre la subjetividad (Ribeiro Toral 2017, 162).

Es por esto que la exigencia consumista y controladora del capitalismo contemporáneo, no sólo reside en un control disciplinario y biopolítico, sino como señalaba Foucault (2013) en la última parte del volumen I de su *Historia de la sexualidad*, reside, más agudamente, en la exigencia del control que se ve encaminada en los cánones de la reivindicación estética y ficcional de la mercancía. Hoy en día no es posible imaginar un cuerpo que no se encuentre exigido por esta dinámica exterior administrativa del semblante y de la mercancía, pero el paso ha quedado dictaminado por el discreto encanto de la imagen.

El cuerpo, desde el campo estético, como forma de intercambio de la imagen, del semblante, se precisa como un cuerpo carente de esencia política y útilmente ficcionado. La política subjetiva de la ficción es la estética misma y muestra su exhibición exterior a partir de la intimidad recortada por una supuesta subjetividad interior. Es oportuno señalar que los cuerpos más radicales también tienen cabida e inclusión en la interioridad estética de la exhibición mercantil contemporánea. No están plenamente demarcados pero su exhibición y su radicalidad u oposición al sistema también se vuelven objetos de consumo. Es una cuestión sumamente cotidiana como vestir camisetas del *Che Guevara* con un lúcido y vistoso eslogan: patria o muerte, que no es otra cosa que llenar de semblante, verdaderamente *in*, hoy en día, a un cuerpo para que participe en las interpelaciones capitalistas de las formas más radicales pero también ideológicamente posibles.

Así, sustancialmente, la mencionada problemática del fetichismo de la mercancía que se encuentra matizada en las formas de la contracultura estadounidense y global, muestra, sin reparo, que la ética contemporánea del sujeto es una ilusión perpetua. En este sentido, Heat y Potter (2005, 44) sostienen que «oponerse al consumismo equivale a criticar al capitalismo por satisfacer demasiado a la clase obrera, que de pura saturación sería incapaz de salir a derrocar el sistema» y profundizan aún más: “¿Qué necesidad tienen de hacerlo?”. La dinámica de consumo y la ficción se vuelve la estrategia central sin importar gustos, afinidades o presupuestos ideológicos.

Más allá del consumo y de la necesidad de la exhibición cultural, lo que persiste es una dinámica no sólo inclusiva sino también potenciadora de una garantía de existencia en un medio psico-político que exhibe la presencia de un cuerpo pragmático, resistente a lo cultural, radical o no, en las exigencias de la exhibición

de la intimidad en el mundo actual. ¿Será posible que ese bombardeo de medios expresivos que permiten expresar las coyunturas de la realidad política-subjetiva, a merced del consumo, incordien el mundo social? Como ya señalaba Jean Baudrillard (2010, 199), “la publicidad” necesariamente “no omite la historia social de los objetos” sino que busca “imponer mejor, a través de la instancia social imaginaria, el orden real de producción y de explotación”. El cuerpo es normalizable desde el psiquismo y su ficción pero debe ser matizada una insistencia útil y viable de la ficción mercantil. La explotación capitalista puede percibirse actualmente de modo tenue pero inexpugnable pues el control del cuerpo es el efecto inmediato del control psíquico.

En este sentido, en su análisis de la fetichización y la ideología, el mismo Baudrillard (2009, 93-94) señala que estamos condenados a la “fetichización del significante” donde lo operable no es la “pasión de las sustancias” sino la “pasión del cifrado” que, “regulándose y subordinándose a los objetos y sujetos” no hace sino destinarlos a una “manipulación abstracta”. Su paso, más allá de lo “paleo-marxista”, logra “sistematizar” la “fascinación fetichista”. La fascinación por lo estético, público y exterior termina siendo la dinámica sustancial del capitalismo de ficción. No podemos encontrar más singularidad exterior que el objeto fetichizado como mecanismo general de la exégesis capitalista de la imaginación. Exhibir resulta, hoy en día, una forma contemporánea, general, externa y coyuntural del amor por el significante en un mundo cultural simbólico.

A modo de conclusión: la condición tecnológica del yo en el capitalismo de ficción

Hemos revisado hasta este punto la forma del fetiche de la mercancía y sus implicaciones en el capitalismo de ficción, sus efectos en la exhibición y el control del cuerpo y el psiquismo como coyuntura inseparable de las dinámicas del capitalismo actual. A lo largo del texto hemos recuperado también la importancia de la tecnología sobre el cuerpo y el psiquismo, no obstante consideramos necesario profundizar en su lógica para matizar un cierre a nuestro recorrido.

Sin lugar a dudas, la técnica contemporánea exige nuevas dinámicas de articulación del yo. Michel Foucault (1990, 48) había precisado ya, “cuatro tipos” fundamentales de “tecnologías” que se articulaban desde las prácticas contemporáneas para producir existencia del sujeto, a saber; primeramente, “tecnologías de producción” que “permiten producir, transformar o manipular cosas”; paralelamente, “tecnologías de sistemas de signos, que nos permiten utilizar signos, sentidos, símbolos o significaciones”; profundamente vinculadas con las “tecnologías de poder, que determinan la conducta de los individuos” y “los someten a cierto tipo de fines o de dominación, y consisten en una objetivación del sujeto”; y finalmente, las “tecnologías del yo, que permiten a los individuos efectuar, por cuenta propia o con la ayuda de otros” basándose fundamentalmente en “operaciones sobre su cuerpo y su alma, pensamientos, conducta, o cualquier forma de ser, obteniendo así una transformación de sí mismos con el fin de alcanzar cierto estado de felicidad, pureza, sabiduría o inmortalidad”.

El yo ficcionado se añade como corolario a la ficción del cuerpo y se basta con la exigencia del semblante que se muestra indefinidamente. Una primacía de lo que Guy Debord (1994, 9) señala como “el espectáculo” que “no puede ser comprendido

como el abuso de un mundo de la visión o como el producto de las técnicas de difusión masiva de imágenes” sino como la insistencia de la exhibición. Para conseguir una mejor distribución del espectáculo, los instrumentos se complejizan también más allá de las imágenes para localizarse como modos de singularización compleja del objeto fetichizado, el cuerpo, la vida, el *bien hacer*, etcétera; el sujeto mismo como mercancía y exhibición son muestras de que *the show must go on*. Si la “mínima intimidad nos hace modernos”, como señala Verdú (2014, 206), entonces nuestra intimidad sobreexpuesta se articula perfectamente a las tecnologías del yo desde la insistencia por la regulación mínima y la exhibición de nuestras prácticas.

En este sentido, para Beatriz Preciado (2011, 142), en una propuesta particularmente novedosa, es preciso insistir en la noción *foucaultiana* de tecnología para “escapar” a una suerte de reducción de la “técnica como conjunto de objetos, instrumentos, máquinas” y pensarlas como dispositivos de “poder y saber” que transforman los “regímenes del cuerpo, las leyes y las reglas de maximización de la vida”. Desde la perspectiva de Preciado, es fundamental horadar toda concepción universalizante del objeto; pero, creemos, sin perder de vista la exigencia pragmática del cuerpo y del dispositivo. Se trata de maximizar el rendimiento desde las oberturas que el sistema tecnológico permite y que sobrepasa a los objetos de configuración de las dinámicas sociales del yo contemporáneo. La intimidad, en tanto técnica contemporánea de individuación, expone además de su intercambio ficcional desde la instrumentalidad, una suerte de ritualidades íntimas y fantasmáticas que exponen al yo, y al mismo tiempo lo tecnifican mediante el cuerpo. Se precisa, como fantasmático, aquello que deviene de una ilusión o ficción de utilidad para el sujeto dentro de la estructura económica y, evidentemente, del lenguaje.

Como menciona Sibilia (2008), se construye un yo que se matiza en una insistencia hacia su exhibicionismo de espectáculo, no es posible apreciarlo sin la existencia de las tecnologías contemporáneas de configuración de la técnica en sí misma. Nuestras tecnologías no pasan sólo por la ingenuidad de los artefactos sino que establecen medios radicalizadores del yo y su intimidad. La pretendida intimidad del yo se ve, más que *sobreexpuesta*, controlada mediante la técnica y elevada a la caracterización de un *bien invaluable*. La fetichización de la mercancía ha logrado elevar un grado más su proceso de sometimiento a partir de la ficción de la realidad. Ha condicionado al sujeto a resguardar su intimidad como mecanismo propulsor de nuevas técnicas que regulen, ligeramente, sus exigencias.

Finalmente, es conveniente señalar que la construcción exterior del yo se manifiesta también en las dinámicas concretas de lo realizable y de lo esperable. El yo es un producto de la exterioridad. Nuestro espectáculo matiza, incisivamente, una cultura de la exhibición que sobrepasa, desde el cuerpo instrumentalizado (*cyborg*) una presencia sustancialmente técnica. El verdadero dispositivo de la existencia del sujeto queda anidado en la posibilidad de presencia de la vida más allá de una tecnología lucrativa o fetichizada.

Probablemente, Marx jamás habría imaginado los enormes saltos de la técnica sobre las dinámicas corpóreas de la subjetividad. Lo que es innegablemente cierto, es que sus conjeturas muestran una sofisticada habilidad exterior y ficcional que no ha logrado desprenderse de su tecnificación tardía que ha permitido lograr un constreñimiento de las formas, cada vez más específicas, de exhibición de la

mercancía. La mercantilización, cada vez más elocuentemente neutra, ha logrado instaurarse como medio y forma de las disposiciones de un agónico capitalismo que tiene que buscar, en los sujetos, el último resquicio de importancia de su existencia. Absurda, pero consecuentemente, lo está logrando.

Bibliografía

- ALTHUSSER, Louis. 2010. *La revolución teórica de Marx* (1967). México: Siglo XXI.
- BAUDRILLARD, Jean. 2007. *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras* (1970). Madrid: Siglo XXI.
- BAUDRILLARD, Jean. 2009. *Crítica de la economía política del signo* (1974). México: Siglo XXI.
- BAUDRILLARD, Jean. 2010. *El sistema de los objetos* (1969). México: Siglo XXI.
- BAUDRILLARD, Jean. 1993. *La ilusión del fin. La huelga de los acontecimientos*. Barcelona: Anagrama.
- BERLIN, Isaiah. 1996. *Karl Marx: His Life and Environment*. Oxford: Oxford University Press.
- BOLLA, Luisina. 2014. “El yo sobre la línea de ficción: análisis de las concepciones de Sartre y Lacan”. En *El sujeto en cuestión. Abordajes contemporáneos*, compilación de Pedro Karczmarczyk. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- CANGUILHEM, George. 1966. “Qu'est-ce que la Psychologie?”. *Cahiers pour l'Analyse*, no. 2, 75-91.
- DEBORD, Guy. 1994. *La sociedad del espectáculo* (1967). Buenos Aires: Ediciones Naufragio.
- DELEUZE, Gilles. 1989. *El pliegue*. Barcelona: Paidós.
- EAGLETON, Terry. 1997. *La ilusión del posmodernismo*. Buenos Aires: Paidós.
- EAGLETON, Terry. 2005. *Ideología. Una introducción*. Barcelona: Paidós.
- EAGLETON, Terry. 2011. *Por qué Marx tenía razón*. Barcelona: Ediciones Península.
- ESPOSITO, Roberto. 2005. *Immunitas. Protección y negación de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu.
- FOUCAULT, Michel. 2013. *Historia de la sexualidad. La voluntad de saber*, vol. I (1976). México: Siglo XXI.
- FOUCAULT, Michel. 2009. *Vigilar y castigar. El nacimiento de la prisión* (1979). México: Siglo XXI.
- FOUCAULT, Michel. 2016. *El origen de la hermenéutica de sí. Conferencias de Dartmouth, 1980*. México: Siglo XXI.
- FOUCAULT, Michel. 1990. *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona: Paidós.
- FREUD, Sigmund. 1992. “El malestar en la cultura”, *Obras Completas*. Vol. XXI (1929). Buenos Aires: Amorrortu.
- GOFFMAN, Erving. 2001. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- GRÜNER, Eduardo. 2015. “De fetiches también (y especialmente) se vive. Capitalismo y subjetividad: el fetichismo entre Marx y Freud”. En *Actualidad*

- del Fetichismo de la Mercancía*, coordinado por E. Carpintero, 35-70. Buenos Aires: Topía.
- HABERMAS, Jürgen. 1989. *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*. Buenos Aires: Amorrortu.
- HAN, Byung-Chul. 2012. *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- HARAWAY, Donna. 1991. *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Valencia: Universidad de Valencia.
- HEAT, Jonathan. y Potter, Andrew. 2005. *Rebelarse vende. El negocio de la contracultura*. Buenos Aires: Taurus.
- HOLZKAMP, Klaus. 2015. *Ciencia marxista del sujeto. Una introducción a la psicología crítica*. Madrid: La Oveja Roja.
- IBÁÑEZ, Jesús. 1997. *A contracorriente*. Madrid: Fundamentos.
- ILLOUZ, Eva. 2007. *Identidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Madrid: Katz Editores.
- ILLOUZ, Eva. 2010. *La salvación del alma moderna. Terapia, emociones y la cultura de la autoayuda*. Madrid: Katz Editores.
- JAMESON, Fredric. 1991. *Ensayos sobre posmodernismo*. Buenos Aires: Imago Mundi.
- JAPPE, Anselm. 2014. "De lo que es el fetichismo de la mercancía y sobre si podemos librarnos de él". En *El fetichismo de la mercancía (y su secreto)*, de K. Marx, 9-30. México: UNAM.
- LACLAU, Ernesto. 2006. "Ideology and post-Marxism". *Journal of Political Ideologies*, no. 11 (2): 103-114.
- LACLAU, Ernesto y Mouffe, Chantal. 1985. *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- LACAN, Jacques. 2008. *El Seminario Libro XVI De un Otro al otro (1968)*. Buenos Aires: Paidós.
- LECHNER, Norbert. 2015. "Nuestros miedos". En *Obras*, de N. Lechner, vol. IV: 218-231. México: Fondo de Cultura Económica-FLACSO.
- LIPOVETSKY, Gilles. 2009. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- LIPOVETSKY, Gilles. 2010. *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- MCLELLAN, David. 1996. *Karl Marx: A biography*. London: Papermac.
- MANDEL, Ernest. 1979. *El capitalismo tardío*. México: ERA.
- MARX, Karl. 2010. *La ideología alemana (1845)*. México: Colofón.
- MARX, Karl. 2006. *El Capital. Crítica de la Economía Política*, vol. I (1867). México: Fondo de Cultura Económica.
- MEHRING, Franz. 1935. *Karl Marx: The Story of His Life*. New York: Covici Friede Publishers.
- MOSCOVICI, Serge. 1961. *La psychanalyse, son image et son public*. París: PUF.
- PADILLA, Ignacio. 2012. *La industria del fin del mundo*. México: Taurus.
- PARKER, Ian. 2010. *La psicología como ideología*. Madrid: Catarata.
- PAVÓN-CUÉLLAR, David. 2015. "Las dieciocho psicologías de Karl Marx". *Teoría y crítica de la psicología*, no. 5: 105-132.
- PRECIADO, Paul Beatriz. 2011. *Manifiesto contrasexual*. Barcelona: Anagrama.

- RIBEIRO TORAL, Raquel. 2017. "Subjetividades emergentes". En *Capitalismo y psicología crítica en Latinoamérica*, coordinado por David Pavón-Cuéllar, 147-172. México: Kanankil.
- SLOTERDIJK, Peter. 2007. *En el mundo interior del capital. Para una teoría filosófica de la globalización*. Madrid: Siruela.
- SIBILIA, Paula. 2008. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- TOMŠIČ, Samo. 2012. "Homology: Marx and Lacan". En *Journal of The Jan Van Eyck Circle for Lacanian Ideology Critique*, no. 5: 98-113.
- TOMŠIČ, Samo. 2015. *The Capitalist Unconscious. Marx and Lacan*. London: Verso.
- VERDÚ, Vicente. 2006. *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*. Barcelona: Anagrama.
- VERDÚ, Vicente. 2014. *Enseres domésticos. Amores, pavores, sujetos y objetos encerrados en casa*. Barcelona: Anagrama.
- WHEEN, Francis. 2015. *Karl Marx*. Barcelona: Debate.
- ŽIŽEK, Slavoj. 2004. "El espectro de la ideología". En *Ideología. Un mapa de la cuestión*, de S. Žižek, 7-42. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.