


NO SIGUIS TU MATEIX

*Apunts sobre
una generació
fatigada*



**EUDALD
ESPLUGA**

Eudald Espluga

NO SIGUIS
TU MATEIX

Apunts sobre una generació fatigada

Traducció de Núria Parés Sellarès

Edicions Destino

El paper utilitzat per imprimir aquest llibre està qualificat com a ecològic i procedeix de boscos gestionats de manera sostenible.

Queda rigorosament prohibida sense autorització escrita de l'editor qualsevol forma de reproducció, distribució, comunicació pública o transformació d'aquesta obra, que serà sotmesa a les sancions establertes per la llei. Podeu adreçar-vos a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necessiteu fotocopiar o escanejar algun fragment d'aquesta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 47). Tots els drets reservats.

Títol original: *No seas tú mismo*

© Eudald Espluga Casademont, 2021

© de la traducció: Núria Parés Sellarès, 2022

© Editorial Planeta, S.A

© Columna Edicions, Llibres i Comunicació, SAU / Destino

Av. Diagonal, 662-664 - 08034 Barcelona

Primera edició: setembre del 2022

ISBN: 978-84-9710-340-4

Dipòsit legal: B. 12.046-2022

Fotocomposició: Moelmo, SCP

Imprès a Catalunya - *Printed in Catalonia*

SUMARI

No tinc trenta anys i ja estic gairebé trencat: Una introducció	13
1. La condició millennial: creativitat, pobresa i automenyspreu	39
2. En gàbies de purpurina: del treballador feliç a la frustració permanent	79
3. Tens una nova notificació: fatiga i capitalisme de plataformes.	137
4. « <i>Haber si me muero</i> »: malestar en la cultura de l'autoajuda	197
5. Cap a una fatiga afirmativa?: instruccions per no fer res.	243
Notes	285

Capítol 1

LA CONDICIÓ MILLENNIAL

Creativitat, pobresa i automenyspreu

Això són els diners, la substància que torna real el món.

SALLY ROONEY

Estava bé que et regalessin llibres nous de tapa dura, però hauria sigut encara millor tenir diners per comprar-los.

ANNA WIENER

Que quedi clar abans de començar: aquí faré servir la paraula *millennial* com si no designés res real, entenent per «real» qualsevol tipus d'ens —material o espiritual— que preexisteixi a l'acte mateix d'anomenar-lo. Assumiré que el terme *millennial* —igual que una promesa o el «sí, vull» en un casament— és en si mateix una acció sobre el món, el que alguns filòsofs del llen-

guatge han anomenat *enunciat performatiu*. Així, tal com passa en l'alquímia, en què si s'intervé sobre la matèria aquesta es transforma, aquí també es produeix una transmutació dels elements, només que el terme *millennial* no comporta una operació màgica o química, sinó discursiva, que no depèn d'una enunciació particular, sinó d'una disposició social: és la nostra comprensió històrica col·lectiva la que es transforma en el procés.

Això significa que la generació Y no existeix? Que és una farsa al servei de les agències de publicitat? Que l'ús del concepte *millennial* implica per necessitat una forma de falsa consciència? No, significa que abans que una realitat substantiva —és a dir, abans que un grup d'edat o que una manera de vida determinada per condicions sociohistòriques—, entendré la condició *millennial* com una manera de relacionar-se amb el món a partir d'un conjunt d'idees que tenen una gran densitat ètica i política. Amb això espero esquivar l'estèril debat sobre si existeixen o no les generacions, deixant clar que no les veig com un agent primari del progrés històric —ni des de la perspectiva biològica ni com a destí social dels coetanis—. Al contrari, entendré que el fet generacional, definit com a sensibilitat vital comuna, no és una disposició mental inherent al grup d'edat, sinó un dispositiu social que orienta la mirada, els gestos, les conductes, els pensaments i la imaginació a través d'una xarxa de discursos institucionalitzats: un ordre simbòlic que con-

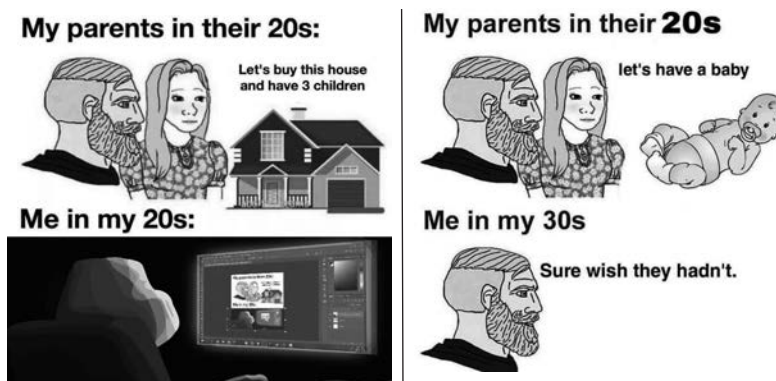
trola, selecciona i redistribueix els significats en el marc d'una socialització compartida.¹ D'aquesta manera, igual que un boomer és boomer amb independència de l'any del seu naixement —és boomer en el moment que algú el bateja amb un «ok, boomer»—, la condició millennial també és un marc epistemològic que va més enllà de les dates concretes, i depèn del context particular en què el concepte apareix.

Al final, això vol dir una cosa molt senzilla: que *millennial* no és una simple etiqueta, l'adhesiu que enganxem als esdeveniments un cop han passat, sinó que hauríem de posar en quarantena totes les interpretacions que parlen d'allò millennial com un atribut que precedeix l'ús de la categoria, i busquen definir la seva essència a través de l'estudi empíric, dirimint si als nostres pares els era més fàcil comprar un habitatge o si treballaven més o menys hores a la setmana. Fer-ho és una temptació habitual, que trobem fins i tot en el camp cultural. Estem acostumats a pensar en aquests termes, aferrant-nos als fets, com si la condició millennial fos una propietat material fàcil de rastrejar, una seqüència específica de nucleòtids codificada en el genoma de Lena Dunham. Una perspectiva menys essencialista, però igualment equivocada, seria pensar que és el context històric, en forma d'inconscient social, el que fa que un millennial tingui unes determinades disposicions morals i estètiques —una preferència socialment adquirida pels colors pastel, l'anarquia relacional i els vídeos de gats. Tanmateix, és fàcil veu-

re que, des d'una òptica global, la sociologia generacional té menys capacitat operativa que els tests de *BuzzFeed*: diu molt més de qui proposa l'anàlisi —quin personatge de Harry Potter ets segons el teu signe del zodíac?— que d'aquells a qui es pretén catalogar —soc cranc i em correspon Hagrid, per si us ho estàveu preguntant.

Les comparacions entre generacions poder ser reveladores, des d'una perspectiva diacrònica, per analitzar l'evolució estadística de certs paràmetres i treure conclusions sobre fets passats. Però quan s'intenten projectar les dades en el present per descriure un ethos generacional, s'està fent una inferència si més no dubtosa. Per descomptat, les xifres són impactants, i inevitablement ens hi reconeixem: tenim gairebé la meitat de la riquesa mitjana que la Generació X (1965-1981) quan tenien la nostra edat; el 22% dels joves d'entre vint-i-cinc i trenta-quatre anys estan en risc de pobresa (un increment de 3,7 punts només en els últims deu anys); no podem accedir a l'habitatge (abans de la crisi del 2008, el 75% de les persones entre trenta i quaranta anys eren propietàries); els índexs de natalitat s'estan desplomant i tenim una salut pitjor (també mental) que els nostres antecessors. No obstant això, a l'hora de definir el *zeitgeist* generacional, la comparació entre grups cohort només serveix com a estratègia retòrica per emfatitzar que estem molt malament i confirmar l'estatut del subjecte millennial com a perdedor històric d'un concurs de privilegis, alimentant d'aques-

ta manera un debat nociu sobre les causes de la precarietat. Per què la referència han de ser els meus pares quan tenien trenta anys i no ara, amb seixanta, que s'enfronten a l'atur de llarga durada? Ja sigui com a lletania nostàlgica o com a descontentament revengista, el «vivim pitjor que els nostres pares» no aporta informació nova a la constatació de la nostra misèria, i això és evident fins i tot en els mems generacionals, que a través del pessimisme irònic proposen una reducció a l'absurd d'aquest afany comparatiu.



La mirada generacional desmobilitza. Si soc el recipient buit d'un destí històric, és més fàcil que vegi la meva situació com a inevitable. Si la pregunta és a qui li ha anat més bé, si als nostres pares o a nosaltres, és natural que ens veiem derrotats. Si mesurem el nostre benestar basant-nos en el que es considerava una vida bona fa trenta anys, és molt possible que les nostres conclusions no puguin deixar de ser reaccionàries.

D'aquesta manera, encara que sembli contradictori, el meu objectiu aquí serà separar la categoria millennial del marc generacional: que pensem que l'any en què vam néixer defineix els contorns i la forma del nostre malestar col·lectiu és potser més rellevant, per entendre i combatre aquest malestar, que el fet mateix d'haver nascut entre el 1981 i el 1996. Per tant, en comptes d'intentar desxifrar l'essència de la condició millennial, em centraré a analitzar de quina manera fem servir la paraula i què passa quan ho fem, començant pel camp que conec més bé: el de l'escriptura. I no hi ha cap millor manera de fer-ho que recorrent a l'autora que ha estat considerada la gran cronista de la condició millennial: Sally Rooney, «la Jane Austen del precariat».

LA JANE AUSTEN DEL PRECARIAT?

Amb aquest epítet exagerat i una mica ridícul vaig descriure Sally Rooney en un article. Era una ressenya de la seva primera novel·la, *Converses entre amics*, i amb aquesta comparació intentava contestar a l'etiqueta comercial amb què l'editorial presentava l'autora a nivell internacional: «La Salinger de la generació Snapchat»; un afegitó absurd però atractiu que insinuava la suma borrosa d'adolescents atribolats i xarxes socials, sempre des del subtext eròtic que envolta la fugacitat fotogràfica de Snapchat.

A la novel·la hi apareixien xats i *dick pics*, però si la joventut de les protagonistes era rellevant en algun sentit, ho era des d'una perspectiva de classe, perquè evidenciava que la condició econòmica tornava a ser un factor important en la construcció d'una sensibilitat generacional. Durant anys, la classe no havia figurat entre els trops culturals a través dels quals els individus s'autodefinien com a subjectes polítics, i en el món anglosaxó la consciència del «ara tots som classe mitjana» havia calat també en l'imaginari laborista, almenys fins que al 2011 es va publicar *Chavs*, l'assaig d'Owen Jones que va sacsejar el panorama intel·lectual britànic i europeu perquè criticava la demonització de la classe obrera a tots els mitjans culturals.² A les entrevistes, Sally Rooney s'encarregava de recordar que la perspectiva de classe no era una lectura il·legítima i sobrevinguda de la joventut de les seves protagonistes, sinó l'enclavament des del qual s'ha d'interpretar el que altres veien com un conflicte generacional:

L'essència que defineix els millennials és que es troben en una posició econòmica precària. Això és el que m'interessa. M'importa una merda si la gent es fa selfies o no. No és rellevant. Algunes persones se'n fan i altres no, mentre que la característica essencial és l'econòmica.³

La ressenya que vaig escriure es titulava «No escriu literatura millennial: vol començar una revolu-

ció», atès que així ho afirmava ella mateixa en les seves intervencions públiques. Una vegada i una altra, Rooney recorria a la terminologia de la lluita de classes i es definia com a marxista; un posicionament polític que li costaria crítiques força cruels, com la de Jessa Crispin a *The Guardian*: «Sé que Rooney és marxista perquè ho esmenta a cadascuna de les entrevistes que ha concedit. Ho captem, Sally. Vas anar a una universitat d'elit. Al final, a les universitats d'elit és on avui es produeix la transmissió del marxisme. Dir “soc marxista” és una manera més discreta de dir “vaig anar al Trinity”». ⁴ Tot i que reconec que llegint-la vaig riure molt, la crítica de Crispin era oportunista i una mica cínica; primer, perquè s'aprofitava fallaçment de la imatge pública de Rooney per desmerèixer la seva obra —suggerint una contradicció hipòcrita entre la seva formació privilegiada i la seva consciència de classe—, i segon, perquè no és pas tan habitual que els escriptors —si més no els que tenen l'èxit que ha tingut ella— parlin en aquests termes de les seves novel·les, posant-les al servei d'una lectura de classe, en comptes d'elevant-les com una expressió artística universal de la condició humana o com a artefacte d'avantguarda estètica. De fet, d'aquesta falta de compromís mediàtic era del que es queixava Mark Fisher pocs anys abans. L'assagista britànic va abandonar Twitter el 2013, amb un article titulat «Sortint del Castell de Vampirs», on qüestionava la reticència de la majoria dels escriptors i els intel·lectuals d'esqueres

a enfangar-se en el mainstream i exposar-se a la contradicció, adobant el terreny del que ell anomenava «impotència reflexiva»: una certesa immobiliària que no podem fer res per canviar les coses, que no es deu al desinterès o a la manca de pensament crític, sinó a l'excés.

Llavors, més que la posició per defecte dels escriptors i intel·lectuals —millennials o no—, el fet de parlar en termes de classe no era un gest habitual. I per molt innocents i simples que poguessin sonar els missatges de Rooney, convertir-se en una marxista de *tote bag* potser era menys frívol que quedar-se a casa tuitejant molt enfadada que la gent estava fent malament la revolució. (Com a nota al peu de la polèmica, Jessa Crispin té un llibre titulat *Por qué no soy feminista. Un manifiesto feminista*, en el qual fa exactament això: protestar contra el fet que el feminisme s'hagi convertit en una tendència popular, que es facin samarretes amb el «We all should be feminists», i que les estrelles de Hollywood es defineixin com a tals; el manifest de Crispin té moments brillants, però no hi ha dubte que també contribueix a la impotència reflexiva). A més, quan Rooney va començar a parlar de la seva novel·la amb perspectiva de classe, el seu èxit tot just s'estava forjant. Vist en perspectiva, es podria pensar que la imatge d'escriptora-millennial-i-combativa no era res més que una feina de branding personal, una estratègia minuciosament calculada per agents, editorials i equips de comunicació. Però més aviat va ser al con-

trari: la màquina publicitària es va afegir al carro de la significació política quan van veure que aquestes etiquetes estaven funcionant més bé que els seus propis epítets generacionals.

De fet, quan vaig escriure «la Jane Austen del precariat» la meva intenció també era contradir el to general amb què es parlava de la seva obra. Ja en el moment de la publicació de la novel·la, «la Salinger de la generació Snapchat» feia olor de naftalina, de reunió editorial on algú havia sentenciat «això és el que està de moda ara entre els joves» després d’haver llegit un parell d’articles a *Vice*. La grandiloqüència de la meva etiqueta —esmentant ni més ni menys que Jane Austen— volia ser autoparòdica, una resposta irònica a la idea exagerada que Sally Rooney era «la gran novel·lista millennial».

Però lluny d’aparèixer com a fórmules contradictòries, la crítica al precariat semblava que encaixava bé amb el titella generacional. I algú —probablement un boomer— es podria preguntar: en quin moment l’arquetip millennial havia deixat de ser l’estudiant d’ADE que se’n va de voluntari a Etiòpia per retrobar-se amb el seu infant interior i s’havia convertit en una noia de trenta anys, desocupada, enfadada i depressiva que culpa el neoliberalisme de la seva incapacitat per establir vincles afectius sans? Espòiler: el 2021, els millennials tenim entre vint-i-quatre i trenta-nou anys. Ja no som els universitaris sobrequalificats, narcisistes i fràgils que ens passem el dia mirant anime, sinó adults en

edat de cotitzar que, en el millor dels casos, combinem tres feines per arribar a final de mes i no hem aconseguit tenir una relació estable i duradora ni amb el nostre gestor. Per això la lectura generacional s'ha convertit en una batalla entre els que, d'una banda, continuen projectant en l'etiqueta una barreja miop de joventut, postmodernisme i internet —traçant una línia imaginària entre els usuaris postadolescents de TikTok, els vegans i els lectors de Deleuze— i els que, d'altra banda, adopten una mirada molt més ombrívola, i relacionen la subjectivitat millennial amb la incertesa econòmica, la violència immobiliària, la feina precària, la impossibilitat de pensar a llarg termini, la consciència de la crisi climàtica i l'autoexposició en el capitalisme de plataformes —traçant una correlació causal entre saber utilitzar el sistema Cl@ve i patir atacs d'ansietat.

En un reportatge sobre el futur de l'etiqueta millennial en el món literari anglosaxó, l'escriptora Olivia Sudjic citava el cas de l'autor estatunidenc Bret Easton Ellis, que en una trobada amb la premsa va fer veure que no sabia qui era Sally Rooney i es va despenjar amb una diatriba contra la generació millennial, a la qual considerava una generació neopuritana que ni escriu ni llegeix i, per sobre de tot, tant li fa la literatura. L'anècdota era simptomàtica per molts motius, especialment perquè permetia veure que, amb independència del tipus de literatura que escriguin els autors joves, la introducció del marc generacional ajuda a con-

vertir qualsevol expressió de malestar en *identity politics*, qualsevol crítica a la desigualtat econòmica en un lament autocompassiu. Sally Rooney es podria passejar pel carrer cremant contenidors o disparar tres trets al genoll de Jeff Bezos, i tot i així se la continuaria acusant de ser una egocèntrica, pellfineta, pura esquerra caviar. Sembla una exageració estúpida, però potser no ho és tant: paraules com les d'Easton Ellis demostren que per virtut de la categoria millennial, fins i tot una obra dedicada en exclusiva al conflicte de classe pot quedar reduïda a una mena de testimoni personal, esborrany d'impressions no literari, una cosa semblant al vòmit narcisista de tota una generació expulsat per la boca del seu representant.

La tesi d'Olivia Sudjic anava una mica més enllà. Per a l'escriptora britànica, que va viure en primera persona la manera com la premsa convertia la seva novel·la debut en «la gran novel·la d'Instagram», no n'hi hauria prou enumerant algunes característiques recurrents en llibres, pel·lícules, cançons i sèries per parlar d'una poètica millennial compartida, o almenys no seria suficient per reconèixer més que el fet que havien sorgit com a reacció a un clima socioeconòmic i polític comú —posem pel cas, les polítiques d'austeritat, l'auge de la ultradreta, l'emergència climàtica o l'ansietat generada per l'autoexposició a les xarxes—. Al contrari, Sudjic defensava que l'experiència dels millennials resulta prou heterogènia perquè les obres de Sally Rooney o Phoebe Waller-Bridge, la

creadora de *Fleabag*, no siguin representatives de gairebé res, i menys si tenim en compte que l'abast d'aquesta sensibilitat estètica s'assumeix com a global. El mal-estar i l'angoixa que pateixen els treballadors-esclaus de les fàbriques d'iPhones a la Xina no tenen res a veure amb l'ansietat d'un periodista freelance que pateix un bloqueig mental, encara que tots dos es puguin definir generacionalment per una relació aspiracional amb la mateixa empresa tecnològica: en el primer cas, la marca serveix de reclam per atraure mà d'obra barata dels ambients rurals, mentre que en el segon, simplement es tracta d'una associació funcional en un context de mercat oligopòlic. Per tant, el marc mental de la condició millennial no només resulta fallaç com a fantasia conservadora, sinó també com a romantització estètica d'un malestar universal i uniforme. D'aquí ve la meua inquietud quan l'etiqueta de «la Jane Austen del precariat» va ser metabolitzada amb la mateixa rapidesa per la indústria editorial que «la Salinger de la generació Snapchat». Qualsevol reapropiació en clau política podia ser neutralitzada i glamuritzada, triturada per la màquina publicitària de *social washing* en què s'havia convertit l'etiqueta millennial. Sentia com si els departaments de màrqueting d'editorials i productores s'haguessin entestat a fer realitat la conspiranoia *rojiparda* de «la trampa de la diversitat», i a sota de cada reivindicació social hi poguessin descobrir una palleta lluent d'identitarisme.

Tal com la mateixa Sudjic explica a *Expuesta. Un ensayo sobre la epidemia de la ansiedad*, és interessant veure que la imputació de ser una veu generacional ara sembla que recau principalment sobre les dones —pensem, si no, en els grans noms que ens venen de seguida al cap: Sally Rooney, Lena Dunham, Taylor Swift, Greta Gerwig, Lana del Rey o Phoebe Waller-Bridge—, perquè es busca assimilar el fet «generacional» al fet «personal», i els seus llibres, pel·lícules, sèries o cançons es converteixen en una simple extensió de si mateixes, com si les seves creacions fossin massa subjectives per poder retratar una experiència universal. «He deixat de comptar les vegades que un amic, familiar o lector aleatori parla del meu llibre amb mi com si tots dos sabéssim que no es tracta de ficció», conclou Sudjic.⁵ En aquest mateix sentit, la periodista Rebecca Liu va publicar un article titulat «La fabricació de la dona millennial», on precisament agafava com a exemples Sally Rooney i Phoebe Waller-Bridge, i intentava desmuntar el mecanisme ideològic que s'aprofitava del feminisme i de la creativitat, d'una banda, per universalitzar una experiència particular molt concreta i, de l'altra, per blanquejar com a «sensibilitat epocal» una violència i una precarietat que tenen a veure amb la desigualtat de gènere i la misogínia. Per a Liu, la mirada millennial converteix la part disfuncional d'aquestes dones en un element *cool*, i la investeix amb un nou capital simbòlic, limitant doblement les possibilitats de l'imaginari polític compartit: