

III Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVIII Jornadas de Investigación Séptimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2011.

La marca de la cultura y la cultura de la marca.

Magdalena, Nélide Angelina.

Cita:

Magdalena, Nélide Angelina (2011). *La marca de la cultura y la cultura de la marca. III Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVIII Jornadas de Investigación Séptimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-052/807>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eRwr/8de>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

LA MARCA DE LA CULTURA Y LA CULTURA DE LA MARCA

Magdalena, Néida Angelina

Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Rosario. Argentina

RESUMEN

La marca de la cultura es la homogenización de los estilos de vida y lo que no se ajusta a la norma es un resto a desechar. Con la cultura de la marca se logra uniformar comprimiendo las diferencias y alentando a un confortable individualismo. Nuestra perspectiva nos ubica del lado opuesto en rescate de lo singular, de tal forma la dirección clínica de la cura se propone como vector de sentido inverso a la dirección de la cultura ya vislumbrado en los escritos de Freud. En la era en la que la lógica del ideal ya no da consistencia al Otro, la palabra se acalla, el cuerpo protesta y el psicoanálisis interrogando la marca de la cultura, continúa haciendo su apuesta procurando dar respuesta al nivel de la subjetividad moderna.

Palabras clave

Marca Cultura Solipsismo Lazos

ABSTRACT

THE BRAND OF THE CULTURE AND THE CULTURE OF THE BRAND

The brand of the culture is homogenization of the ways of life and who does not adjust to the norm is a rest rejecting. With the culture of the brand deleting different and encouraged a comfortable individualism. Our perspective is of the side different in rescue of the singular thing, of such a form the clinical direction is proposes as vector of inverse sense to the direction of the culture already glimpsed in Freud's writings. In the epoch in which the logic of the ideal one not consistency to Other one, the word is silenced, the body protests and the psychoanalysis interrogating the brand of the culture, and continues doing his bet trying to give response at the level of the modern subjectivity.

Key words

Brand Culture Solipsismo Bond

La marca de la cultura es la homogenización de los estilos de vida y lo que no se ajusta a la norma, es un resto a desechar. Con la cultura de la marca se logra uniformar comprimiendo las diferencias y alentando a un confortable individualismo.

Nuestra perspectiva nos ubica del lado opuesto en rescate de lo singular, de tal forma la dirección clínica de la cura se propone como vector de sentido inverso a la dirección de la cultura ya vislumbrado en los escritos de Freud.

Nos introducimos a indagar la razón por la cual la cultura en la vida contemporánea logra alentar tal individualismo que el capitalismo tardío promueve y explota.

Desde el marco de *El malestar en la cultura*, se destaca que una de las más importantes causas del sufrimiento del grupo humano son las relaciones entre sus miembros, que la cultura debería regular. Su existencia misma depende de esta regulación, aplicando límites a la sexualidad y a las mociones de naturaleza agresiva, preservando los lazos libidinales.

En tanto: "(...) el prójimo no es solamente un auxiliar y objeto sexual, sino una tentación para satisfacer en él la agresión" (Freud., S., 1990, p.108, 1930)

Ante esto el sujeto se preserva con un comportamiento solipsista. Filosóficamente el solipsismo es entendido como aquello a lo que conduce tanto el idealismo cognoscitivo como el idealismo metafísico: "la radicalización del subjetivismo, como la teoría (...) según la cual la conciencia a la que se reduce todo lo existente es la conciencia propia, mi "yo solo" (*solus ipse*). (...) el solipsismo *stricto sensu* es aquel que queda encerrado en los límites del *solus ipse* sin posibilidad de "salida" al exterior. (Ferrater Mora, J., 2004, p.3341/2)

En sus relatos fantásticos Borges hace una formulación literaria de esta idea filosófica *berkeleyana* de un subjetivismo extremo, según el cual sólo existe lo que la percepción indica a cada uno. Se percibe con los sentidos pero además cuenta la creencia.

Si se cree o se deja de creer se da o se quita existencia. "(...) para redactar esa narración, yo tuve que ser aquel hombre, yo tuve que redactar esa narración, y así hasta lo infinito. (En el instante en que yo dejo de creer en él, "Averroes" desaparece)." (Borges, J., 2001, p.95)

Este solipsismo impide captar una realidad más amplia y compleja produciendo un encierro: "(...) Averroes, (...) encerrado en el ámbito del Islam nunca pudo saber el significado de las voces *tragedia* y *comedia*. (...) Sentí que Averroes, queriendo imaginar lo que es un drama sin haber sospechado lo que es un teatro, no era más absurdo que yo, queriendo imaginar a Averroes sin otro material

que unos adarnes de Renan (...)” (ibídem, p. 94)

En nuestra época un factor que provoca tal comportamiento de encierro son los frecuentes fenómenos de violencia y múltiples adversidades que llevan a la evitación del otro.

Comanda dicho proceso una hostilidad hacia lo otro inherente a la constitución del sujeto, es decir que es estructural y no sólo coyuntural. El sujeto percibe que el mal siempre acaece surgiendo desde el otro, desde el mundo exterior como lo otro.

No obstante es nuestro propósito en el presente trabajo poner especial énfasis en las particularidades de la época actual que intensifican tal aprensión y favorecen el aislamiento al homogenizar los estilos de vida suscitando un individualismo despiadado.

Freud nos muestra que no hay un abismo entre lo privado y lo comunitario, alentando al lector a vislumbrar en el sujeto lo hallado a nivel de la humanidad. Tal referencia no impide en la clínica estar abiertos a la sorpresa del caso por caso desde el deseo del analista. Por tal motivo nos aproximaremos a nociones de aquello que se advierte a nivel del sujeto y que la incidencia de la época potencia en innumerables aspectos.

El sujeto afanoso del *mismismo* y para no renunciar a su disposición agresiva, se inserta en grupos de semejantes, rehusando lo desemejante sentido como peligroso. A esta intolerancia hostil alude Freud: “Le di el nombre de “narcisismo de las pequeñas diferencias” (...) ahí se discierne una satisfacción (...) de la inclinación agresiva, por cuyo intermedio se facilita la cohesión de los miembros de la comunidad” (Freud, S., 1930, p.111, 1990).

De tal modo que lo que convoca a los semejantes es equivalente a lo que segrega a los diferentes. Esta discriminación lleva a un apartamiento irracional al extraño por lo insoportable de la diferencia.

Estos hechos sobrepasan y van más allá del narcisismo de las pequeñas diferencias *ante el otro*, al poner de manifiesto *ante sí* lo más íntimo que es a la vez lo más ajeno para el sujeto, lo extranjero a expulsar, el goce.

La profusión de un individualismo a ultranza desde el totalitarismo del goce como marca de la época, afecta al sujeto que sometido a sí mismo, queda a merced del poder del mundo circundante que lo tiraniza. Se pone en juego un goce que no admite como propio y del cual no se hace responsable, lo experimenta como exterior, extraño a sí, constituyendo una exterioridad íntima.

El sojuzgamiento del sujeto no es sino a su propio goce pero, a la vez, es lo que lo somete al poder del amo moderno de su entorno cultural a quien sirve con enigmática fascinación. Es justamente esa sujeción la que le da fuerza al tirano moderno que lo maltrata con su consentimiento.

“¿Qué vicio monstruoso es éste se pregunta- (...) que la naturaleza niega haber hecho y la lengua se niega a nombrar”? ¿Cuál es la causa de que tantos hombres se sometan al poder de uno solo? ¿Es por cobardía? ¿Les falta valor? La Boétie solo encuentra una explicación: “Los hombres no desean la libertad”, porque “si la de-

seasen, la obtendrían”. Todas sus desgracias no vienen del enemigo sino de aquél cuya grandeza ellos mismos sostienen.” (Alvarez, M., 2004). Aquí comenta, esta autora, la publicación titulada *Discurso de la servidumbre voluntaria, concluyendo que la tiranía es efecto del sometimiento y no a la inversa*.

Al respecto Lacan en el seminario *La ética del psicoanálisis* nos reconduce a la constitución del sujeto con su operación simbólica que anatemiza un resto de goce. Es lo que determina la división originaria del sujeto que marca un territorio por fuera de lo simbólico y sin embargo en su mismo seno. Todo esto experimentado como amenazante es colocado en un Otro gozador que el sujeto sostiene para velar su objeto de goce que es su genuino partenaire. Así fantasmáticamente goza y nada sabe de esto, ubicándose como víctima en la discrepancia con el Otro.

En tanto víctima no es responsable de aquello de lo que se queja mostrando con impudicia la miseria de la que padece y que de él mismo procede. A más goce, menos deseo y el ceder en el deseo se imputa como culpa en el ámbito de la responsabilidad no asumida.

Deseo y goce se ubican en una escala invertida en cuanto a que la chatura del primero es efecto de lo erigido que está el segundo. Allí queda preso el sujeto en un encierro que le impide una libre elección conforme a una dimensión ética, taponando su división.

Orientada sobre “el perfil del consumidor” la época impone la obligación de gozar y ante una gran desregulación, lo que se precipita es la falta de creencia y la desesperanza. El sujeto es arrasado por el imperativo superyoico que exige gozar de lo mismo y de la misma manera a todos.

En la atmósfera reina la increencia generalizada frente a la decepción repetida disparada por el Otro que se ocupó de asegurar publicitariamente la plenitud originada por los objetos de mercado, lo que inevitablemente deriva en una mayor exigencia de goce.

El avance de la tecnociencia ha favorecido el aislamiento con máximo confort en el espejismo de una satisfacción completa, sin fisuras, fuera de castración y sin el otro.

Cuando Lacan establece el lazo social a partir de la estructura discursiva, reconoce cuatro discursos como respuesta a tres tareas señaladas por Freud como imposibles: gobernar, educar y analizar, dando lugar al discurso amo, universitario y analítico, en ese orden. Y agrega otro imposible, que es hacer desear, dando lugar a un cuarto discurso que es el de la histérica.

Ubica en cada uno, cuatro temas que marcan lugares -agente, saber, verdad y producto- y por un giro de uno respecto al otro, se van generando los cuatro. Ese pasaje es el único progreso existente que él reconoce como tal.

Lacan sigue a Marx cuando indica que hay algo que queda excluido del intercambio que es el plus de valor producido por el obrero con su labor y que no se le reconoce, en tanto se le remunera según el monto en que se tasa su fuerza de trabajo, acorde a la ley del merca-

do. El capitalismo equipara esa plusvalía con el plus de goce lo que le permite insertarla al mercado acopiada como capital que ingresa al circuito.

En la presentación de la ponencia "Del discurso psicoanalítico", en la Universidad de Milán en 1972, escribe el pseudo discurso capitalista, por fuera de los cuatro discursos ya establecidos, mediante la deformación del discurso del amo. En éste el sujeto queda desvinculado del encadenamiento significativo del inconsciente y el deseo queda comprimido y condenado a un infinito deslizamiento por los objetos que el mercadeo ofrece.

El empuje al consumo sustituye la posibilidad deseante y lo libidinal no circula, no hay metáfora posible en la crudeza de lo real puesto en juego.

El goce perdido busca ser recuperado a través de los gadgets del mercado pero la promesa del amo moderno no se cumple jamás y la metonimia de consumo tampoco se detiene nunca, nada hace tope. Desligados de lo libidinal son meros objetos de consumo en los que queda consumido el deseo y el deseante.

Siendo menester una urgente regulación de goce, el psicoanálisis juega su partida sin oponerse al avance de la ciencia ni de la tecnología, sino a la abolición del deseo. Haciendo surgir un sujeto capaz de sostener el lazo social ya sin la búsqueda de una identificación imaginaria con el semejante, sino abordando la diferencia con el otro, con el no semejante. "(...) un sujeto nuevamente determinado en cuanto a lo que quiere y en cuanto a lo que es, pero no por la vía de la identificación con el Otro". (Soler, C., 2008, p.281)

No quedándonos en la impudicia de la queja sobre las consecuencias del discurso capitalista sobre el lazo social y los efectos de la globalización, es necesario que nos ubiquemos en la vía de trabajar con la responsabilidad del sujeto respecto de su goce.

El atravesamiento de la época impone su marca y el psicoanálisis advertido de tales consecuencias brega por poner un freno a esta dirección vertiginosa alojando en la cura al desalojado sujeto en la cultura de la inexistencia del Otro.

La cultura de la marca funciona desde el lugar que otra tuviera los ideales y con su estallido idílico fugaz produce una hendidura que delata un resto y un exceso, incluso en la superficies de los cuerpos cuando se trata de tatuajes o de cortes compulsivos que buscan un coito en lo real del goce.

En la era en la que la lógica del ideal ya no da consistencia al Otro, la palabra se acalla, el cuerpo protesta y el psicoanálisis interrogando la marca de la cultura, el rasgo de la época, continúa haciendo su apuesta procurando dar respuesta al nivel de la subjetividad moderna.

BIBLIOGRAFÍA

Alvarez, M., (2004), De la servidumbre voluntaria de La Boétie a la servidumbre del goce, redactor: Alvarez, J., Barcelona, España. http://www.blogelp.com/index.php/de_la_servidumbre_voluntaria_de_la_boeti

Arribas, O., (2005) Seminario Angustia y verdad del 22/04/05 http://www.escuelaFreudianaarg.org/archivos_de_trabajo/seminario_angustia_y_verdad/03_angustia_y_verdad

Borges, J., (2001), Antología personal, editorial Sol 90, Barcelona, España.

Fernandez Blanco, M. (2011), Discurso, semblante y destino del sintoma, <http://www.wapol.org/es/articulos/Template.asp>

Ferrater Mora, J., Diccionario de filosofía, 2004, Editorial Ariel SA, España.

Freud, S. (1930), El malestar en la cultura, (1990), Amorrortu editores, Argentina.

Freud, S. (1921), Psicología de las masas y análisis del yo, (1990), Amorrortu editores. Argentina.

González Pedraza, M, (2009), El psicoanálisis Lacaniano en España, No hay relación sexual hay lazo, en Crónica: Nuevas formas de lo femenino hoy. Conferencia de Marie-Hélène Brousse", redactor: Alvarez, J., Málaga, España. http://www.blogelp.com/index.php/cronica_nuevas_formas_de_los_femenino_ho

Lacan, J, (1959/60) La ética del psicoanálisis, en El Seminario Libro N° 7, 1997, Ediciones Paidós, Argentina

Lacan, J., (1970) El Seminario, Libro N° 17, (1996), Paidós, Argentina

Lacan, J. (1969), El seminario N° 16, De otro al otro, (2008), Paidós, Argentina.

Lacan, J. (1971) El seminario N°18, De un discurso que no fuera del Semblante, (2009), Paidós, Argentina.

Magdalena, N., (2009), El lazo social en tiempos de influenza y otras virulencias de la época, presentado en el II Congreso Internacional de Investigación de la Facultad de Psicología de la UNL "Psicología y Construcción de conocimiento en la época", La Plata, Argentina. www.psico.unlp.edu.ar/segundocongreso/pdf/ejes/.../062.pdf

Mater, O. y ot. ,(2006) Traducción de la Conferencia de Lacan en Milán del 12 de mayo de 1972 "Del discurso psicoanalítico" <http://www.elsigma.com/site/detalle.asp?IdContenido=9506>

Najles, A. (1998) El deseo del analista en el mundo global, http://membres.multimania.fr/jLacan/ornicar/ornicardigital/Articles_d_Ornicar_digital/el_deseo_del_analista_en_el_mundo_ana_ruth_najles_91298.htm

Rubenstein, A, (1998), Revista Dispar 1, Editorial Tres haches, Argentina.

Soler, C, (2007) ¿Qué se espera del psicoanálisis y del psicoanalista? Editorial Letra Viva, Argentina.

Soler, C, (2008), Lo que Lacan dijo de las mujeres, editorial Paidós, Argentina.

Tudanca, L. (2006), De lo político a lo impolítico, Grama ediciones, Argentina.