

Primer Encuentro Curioso: "¿Qué hay de nuevo en la Psicopatología, qué hay de nuevo en el Amor?". Cátedra 2 de Psicopatología de la UBA, CABA, 17.

Lo subversivo del amor frente al discurso capitalista.

Giorgetta, Daniela.

Cita:

Giorgetta, Daniela (17). *Lo subversivo del amor frente al discurso capitalista. Primer Encuentro Curioso: "¿Qué hay de nuevo en la Psicopatología, qué hay de nuevo en el Amor?"*. Cátedra 2 de Psicopatología de la UBA, CABA.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/primer.encuentro.curioso/27>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ef3x/rHF>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

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>.

*“Todo orden, todo discurso, que se emparente con el capitalismo deja de lado,
amigos míos, lo que llamaremos simplemente las cosas del amor.”
(Lacan, 1972).*

Ya en la década de los setenta Lacan (1972) trazaba un paralelismo entre el amor y el discurso capitalista que en la actualidad puede comprobarse claramente en las conversaciones cotidianas, en la televisión, en las publicidades e incluso a través de la pantalla de un celular.

El discurso capitalista empuja hacia el goce no sólo del consumo de objetos, sino que no le basta con eso y convierte al sujeto también en un bien de consumo, lo exhibe en una góndola como un objeto consumible que debe adquirir los atributos que la sociedad le demanda para ser vendible (amable). Es decir que ambiciona también con traccionar hacia su máquina de deglución al amor, pero como dice Lacan (1972) en el epígrafe de este trabajo, esa cosa llamada amor queda por fuera. Ya veremos por qué.

“Karl Marx describió que uno de los rasgos fundamentales del capitalismo es la sustitución del valor de uso por el valor de cambio y ello se extiende al campo de las relaciones personales. En el capitalismo tardío, “consumir” equivale a pertenecer a la sociedad y así ser “vendible”, es decir, adquirir las cualidades que el mercado demanda. El consumo, en una sociedad de consumidores, no apunta a satisfacer necesidades, deseos o apetitos sino a elevar el estatus de los consumidores al de bienes de cambio vendibles. Por ello, dice Bauman, los miembros de una sociedad de consumidores son ellos mismos bienes de consumo, su desvelo consiste en convertirse en productos vendibles, valorados en la sociedad. Así, el atractivo de los productos se evalúa según su capacidad de aumentar el valor de mercado de quien lo consume. Por lo tanto, consumir significa invertir en la propia pertenencia a la sociedad, adquirir valor como objeto vendible.” (Ons, 2016).

Ahora bien, esto no siempre funciona como si tal cosa, no en todos los ámbitos este discurso puede desplegarse tan cómodamente; por lo que no podemos afirmar que el discurso capitalista haya logrado por completo mercantilizar al amor; en todo caso, este intento de hacerlo, estas nuevas formas de relacionarse como objetos de consumo y consumibles es otra cosa que el amor.

El amor sigue sostenido bajo la imposibilidad y el encuentro contingente, no es intercambiable, no da lo mismo un sujeto que otro y no admite la posibilidad de gozarlo todo. El otro es la diferencia y esta diferencia siempre nos enfrentará con lo imposible, siempre hará que emerja un resto de lo real que determinará el encuentro con la no complementariedad de los sexos, con que no hay relación sexual. Que no exista esta relación sexual es símbolo del no-todo que el discurso capitalista intenta anular; no hay el goce todo y el amor entra a suplir la falta de la no relación sexual.

Una joven, refiriéndose al hastío de sus encuentros amorosos, manifiesta: “*tengo que renovar el stock*”. Este dicho deja ver claramente cómo los sujetos devienen objetos de consumo. ¿No es la renovación del stock justamente poner en el lugar vacío que dejó un objeto a otro? ¿Y puede esto hacerse con los sujetos sin atravesar algo de implicación subjetiva?

Está claro entonces que ya no se trata del mismo sujeto de los otros discursos, este es un nuevo sujeto que se evade de la contingencia del encuentro cuerpo a cuerpo, que cuando comienza a sentirse perdido en los laberintos y las incertidumbres del amor, decide *renovar el stock*.

Badiou (2015) expresa la interpelación profunda que siente al ver las publicidades de un sitio de citas de Francia, el cual utiliza eslóganes tales como “¡Tenga el amor sin riesgo!”, “¡Se puede estar enamorado sin caer en el amor!”, “¡Usted puede enamorarse sin sufrir!” (Badiou, 2015).

En la contingencia del encuentro de los cuerpos se encuentra el riesgo, el vértigo de la no garantía, la contradicción plena a los eslóganes que afirman que los sujetos pueden enamorarse sin sufrir, que pueden estar enamorados sin caer en el amor.

El amor posee carácter de misterioso, enigmático, imposible de calcular y de someter a las leyes del mercado y de los objetos descartables. En el encuentro cuerpo a cuerpo emerge lo inefable, aquello que por estructura no encaja.

Sabemos que el capitalismo empuja hacia el goce todo del consumo, sabemos también que insiste en intentar no dejar por fuera de su discurso nada que no pueda ser tipificado como objeto consumible; todo se nombra, todo adquiere valor imaginario. El imperativo de goce comanda, adormece y domestica; niega la imposibilidad, la no relación sexual, la castración: “*impossible is nothing*” nos dice con voracidad.

Sin embargo, sigue siendo el amor el afecto privilegiado por el cual se divide el sujeto, aquel que lo confronta con la falta y lo sintomatiza.

Cada quien responderá a esto de acuerdo a las coordenadas de su defensa, pero del encuentro cuerpo a cuerpo no se sale indemne.

En el discurso capitalista, el cambio de orientación de las flechas y la tachadura de la barra de imposibilidad es lo que marca la diferencia más fundamental con respecto a los otros discursos; el sujeto queda a merced de un movimiento circular que lo desorienta, que le obtura la posibilidad de parar y todo exige ser nombrado, consumido, normativizado... ¡excepto el amor!

Es por esto que Lacan (1972) decía que el discurso capitalista deja por fuera las cosas del amor.

Ahora bien, ¿a qué se refiere con las cosas?

Las cosas parecieran tener el estatuto de lo innombrable, de aquello que no tiene representación, de eso que se encuentra del lado de lo real.

Basta con indagarles a los amantes qué es eso que los enamoró de ese otro sujeto. La respuesta a esto siempre comienza con “no sé” y termina con “tiene ese no sé qué”; todo lo que aparezca en el medio es del orden de lo imaginario, es un intento de decir ese imposible. Aparecen dichos que son un medio decir: “tenés eso que me puede”, “algo de vos llega hasta mí” dicen, por ejemplo, respectivamente Daniel Melero y Fito Páez.

Si bien el discurso capitalista es astuto y se sirve de la estructura agujereada de los sujetos por el lenguaje, no todo logra normativizarlo, no todo logra volverlo objeto/sujeto de consumo.

Es por la falla estructural del ser hablante que el discurso capitalista falla, porque por la singularidad de cada uno de los sujetos es que hasta el imperativo de goce de Tinder puede frustrarse; ya que a partir de una cita programada por allí puede aparecer el encuentro contingente del amor que demuestre que este sistema de cálculo constante también puede fallar.

Es allí cuando el sujeto se vale de las ofertas del capitalismo y las transforma en un saber hacer con eso y no a la inversa, donde el sujeto le da un revés al discurso capitalista que con su peculiar astucia se sirve de la estructura de los sujetos que se rige por la no relación sexual e impone el imperativo a gozar que finge colmar esa falta una y otra vez.

Emerge entonces lo contingente del amor como aquello que no puede calcularse ni medirse, algo del orden de lo inefable que deja por fuera la mercantilización de los sujetos, quitándoles así el rótulo de meros objetos de cambio. Es decir que el amor aparece como un elemento subversivo que resiste y establece un límite al intento de ser transformado en un instrumento de intercambio.

Si bien hoy Cupido apunta hacia la mercantilización del amor, podría decirse que es aquí donde la flecha se desvía y el discurso capitalista encuentra su límite.

Referencias bibliográficas:

- BADIOU, A. (2015). *Elogio del amor*. Buenos Aires, Paidós, 2015.
- LACAN, J. (1972). *Del discurso psicoanalítico, 12-5-72*. En (la obra bilingüe) Lacan in Italia 1953-1978. En Italie Lacan, Milán, La Salamandra, 1978.
- ONS, S. (2016). *Amor, violencia y locura en el siglo XXI*. Buenos Aires, Paidós, 2016.