

El goce del objeto



DANIEL KOREN¹

La ambigüedad del título sitúa de entrada la problemática que abordaré aquí. El goce *del* objeto: ¿se trata de un *del* objetivo o subjetivo? ¿Es el sujeto quien goza del objeto... o *el objeto que goza del sujeto*? En esta ambigüedad reside el lugar particular que ocupa el objeto en la economía pulsional actual. No me estoy refiriendo aquí solamente a las categorías clásicas y siempre vigentes de objetos pulsionales (oral, anal, etc.), sino esencialmente a las consecuencias del desarrollo de aquello que Lacan ha denominado *discurso del capitalista*,² y que se caracteriza por un modo particular de relación con los objetos. Más allá de las apariencias, estos se sitúan menos en la dimensión del placer que en la del goce, aquello que Freud designaba, justamente, como un «más allá del principio del placer». Podemos agregar que un cierto número de estos aspectos habían sido anticipados por Freud.

En efecto, en *El malestar en la cultura*, Freud desplegó la cartografía de las relaciones conflictuales entre los sujetos y la cultura. La cultura es un efecto de la actividad humana; ella produce una transformación de las pulsiones en un movimiento tendiente a la satisfacción y a la protección de las personas ante tres tipos de sufrimiento: el de su propio cuerpo y el del mundo externo bajo la doble rúbrica de la naturaleza y el medio social. La reflexión freudiana explicitaba que la cultura solo podía satisfacer parcialmente las necesidades de los sujetos, que la felicidad no formaba parte del plan de la naturaleza ni estaba en las posibilidades de la cultura,

1 Miembro de la Société de Psychanalyse Freudienne. danielkoren@hotmail.com

2 Lacan introdujo el sintagma *discurso del capitalista* en diversas ocasiones, tanto en su seminario como en conferencias, entre 1969 y 1972, en relación con su teoría de discursos.

y que la existencia misma de la cultura suponía una fuerte dosis de sacrificio pulsional, fundando así un malestar no contingente sino estructural.

Cabe preguntarse si en los casi 90 años transcurridos desde ese libro capital de Freud las condiciones de la cultura no han cambiado. Intentaré sostener que los cambios se inscriben no en las *condiciones* sino en las *coordenadas* de la cultura, y que estos cambios en la cultura pueden ser explicitados por este discurso del capitalista en tanto este sería, según la formulación de Lacan, la «nueva forma del discurso del amo», el cual permite circunscribir una relación particular con el objeto definida por el goce. Para demostrarlo, será necesario desplegar a mínima cuáles son esos cambios y de qué manera el goce (y eventualmente qué tipos de goce) está implicado en estos procesos.

¿Qué entiendo por goce? Pueden darse diferentes definiciones; propongo aquí dos, que me parecen complementarias. Una es de mi amigo y colega Néstor Braunstein: «El conjunto de efectos que el significante provoca sobre el cuerpo». A la cual yo agregaría, siguiendo a Freud, para quien el placer es una disminución de la tensión o de la excitación en el aparato psíquico, que, contrariamente al placer, el *gocce es una excitación sin apaciguamiento*. Literalmente entonces: más allá del principio del placer. Es también, por ende, lo que se manifiesta en el fundamento de la actividad pulsional como la diferencia entre la satisfacción buscada y la satisfacción encontrada que relanza al infinito el movimiento pulsional³ y genera la compulsión a la repetición.

No entraré aquí en desarrollos explicativos sobre la teoría de discursos de Lacan que considero ampliamente conocida.⁴ Tampoco incursionaré en la polémica (un poco escolástica) de si con el discurso del capitalista Lacan introduce un quinto discurso que se agregaría al del Amo, de la

3 «La pulsión reprimida nunca cesa de aspirar a su satisfacción plena, que consistiría en la repetición de una experiencia primaria de satisfacción; todas las formaciones sustitutivas y reactivas, y todas las sublimaciones, son insuficientes para cancelar su tensión acuciante, y la *diferencia entre el placer de satisfacción hallado y el pretendido engendra el factor pulsionante, que no admite aferrarse a ninguna de las situaciones establecidas, sino que, en las palabras del poeta, "acicatea, indomeñado, siempre hacia delante"*» (Freud, 1979, p. 42). (Itálicas mías)

4 Desarrollada por Lacan en su *Seminario XVII. L'envers de la psychanalyse* (El revés del psicoanálisis), así como en su intervención «Radiofonía».

Universidad, de la Histérica y del Analista, o, como dice Lacan, el discurso del capitalista es la forma actual del discurso del Amo.⁵ Conuerdo con esta última afirmación de Lacan y considero que la fórmula del discurso del capitalista —que Lacan escribió una sola vez— refleja más la «forma ilusoria» del discurso que su estructura. Lo que me parece importante subrayar es el cambio de registro entre el discurso del amo «antiguo» y el discurso del amo actual encarnado en el discurso del capitalista. En el discurso del amo antiguo, el S₁ que opera como significante-amo provenía de un orden social en el que la figura del Otro recibía su legitimidad de un orden simbólico transcendental organizado durante siglos por instituciones como la Iglesia o, en lo político, las monarquías, las cuales asignaban a los sujetos lugares, obligaciones y deberes. La Viena de Freud, la crisis del imperio austrohúngaro como consecuencia de la Primera Guerra Mundial y la emergencia en las décadas que la precedieron del capitalismo posrevolución industrial son el ejemplo mismo del surgimiento de una realidad radicalmente nueva. El sujeto de las «sociedades capitalistas avanzadas» (para usar la expresión de Marcuse) vive en un mundo en el cual el poder de las jerarquías seculares ha sido enormemente menguado y en donde se le dará cada vez más cabida e importancia al *individuo*. Volveré más adelante sobre las características de este nuevo Otro social que funda el discurso del amo «actual», y en particular para interrogarnos sobre qué tipo de significante ideal impone a los sujetos. Pero antes hay que subrayar un elemento capital: sea cual sea el imperativo que el significante-amo (S₁) impone a los sujetos, ¿qué es lo que hace a los sujetos?

Lo que hace al sujeto, desde el punto de vista del objeto, es la pérdida: pérdida del objeto maravilloso, agalmático (el primero de todos el seno materno), la ausencia de objeto que procuraría satisfacción total. Lo que funda al sujeto es la falta.⁶ Cada objeto es parcial (como las pulsiones) y toda satisfacción es parcial. El discurso del Amo *old fashion* señalaba a los

5 «La crisis, no del discurso del amo, sino del discurso del capitalista, que es su *substituto*, está abierta» (Lacan, 1978) (itálicas mías). Igualmente «... lo que se opera *del discurso del amo antiguo al del amo moderno*, que se lo llama capitalista, es una modificación en el lugar del saber» (Lacan, 1992, p. 34) (Trad. D. Koren).

6 «Falta-en-ser» dirá durante algún tiempo, con ecos heideggerianos, Lacan.

sujetos lo que debían hacer para enfrentarse con la pérdida, con la falta; la religión, en particular, fue un instrumento extremadamente eficaz para canalizar buena parte del renunciamiento pulsional.⁷ El discurso del capitalista introduce un factor radicalmente diferente, y más precisamente desde hace menos de 40 años, uno de cuyos síntomas más evidentes es la invención y difusión de los «ordenadores⁸ personales» y, por supuesto, de la tela de araña en la que todos estamos atrapados: The World Wide Web, internet. *La particularidad del discurso del capitalista es que promete un goce de los objetos sin pérdida.* Como esto es imposible... se pone en marcha la insidiosa lógica interna de este discurso.

Para caracterizar la relación del sujeto con la búsqueda de goce a través de los objetos, Lacan «pastiche» un sintagma: el *plus-de-goce* construido e inspirado a partir de la elaboración de la plusvalía por Marx. Ahora bien: si Lacan se apoya ampliamente en Marx, existe una diferencia esencial: Lacan considera que en lo que concierne a las posiciones subjetivas, no es la economía el factor determinante, sino el lenguaje. Más precisamente, la articulación simbólica de un discurso fundado en la realidad concreta del significante. Precisemos que el término *discurso del capitalista* propuesto por Lacan está en relación con el capitalismo y al mismo tiempo se distingue de él como objeto de la economía, la sociología o la política. Hay entre la teoría de la plusvalía y la teoría del objeto (*a*) (en tanto aquello que está en juego en el goce) una relación de *homología de estructura*.

Podríamos decir que, si la plusvalía es el núcleo de la economía capitalista, el plus-de-goce propuesto por Lacan es el núcleo de la economía de los sujetos sometidos al discurso del capitalista. Hay una equivalencia planteada por Lacan entre la plusvalía como suplemento de valor, que en tanto tal sería igualmente un suplemento de goce. La multiplicación infinita de objetos supone una multiplicación infinita del goce. De manera insidiosa, el objeto (*a*) que está articulado a la dimensión pulsional va a encarnarse en los objetos del intercambio. Inversamente, puede decirse que la producción

7 Cf. Freud, *El futuro de una ilusión* y *El malestar en la cultura*.

8 El significante tiene su peso. Volveré sobre ello.

de objetos es introducida en el circuito pulsional.⁹ La articulación simbólica del discurso cierra un real que, más allá de la economía material de las relaciones de producción, concierne la economía psíquica en cuanto tal. Desde esta perspectiva, la economía psíquica es en cierta medida un pilar de la economía real. Por ello puede decirse que esta economía marcada por el goce es a la vez psíquica, económica y política.

El discurso del capitalista permite especificar el impacto subjetivo que supone para el sujeto la confrontación con cierto tipo de discurso que entroniza cierto tipo de «ideal» y que propone (más bien impone) una relación bien particular hacia los objetos.

Una serie de características pueden ser señaladas: en primer lugar, el discurso del capitalista es un *discurso anónimo*; no tiene ni nombre ni figura que lo encarne, pero tiende a los sujetos la imagen a la que deben parecerse. La imagen de individuos *autónomos*, autorreferenciales, dueños de su destino, de los que se espera sean *performantes*.¹⁰ Para serlo, deben utilizar y servirse de aquellos elementos —los objetos— que el mismo discurso pone entre sus manos, que supone un consumo permanente de los objetos que el mercado pone a su disposición (en particular los objetos «conectados»). Esto tendrá consecuencias importantes en cuanto a nuestra interrogación inicial: saber del goce de quién se trata. Pero continuemos con las diferencias: no puede no constatarse una inversión radical en relación con la renuncia pulsional evocada por Freud. Por el contrario, asistimos —en apariencia— a un proceso de «liberación» de la manifestación de las pulsiones.¹¹ Esta «liberación» se ve reforzada por un

9 Es la función de la publicidad y el marketing.

10 Es decir: la negación en acto del sujeto del inconsciente. Nada tiene de sorprendente en la medida en que el discurso del amo, que pretende desconocer la falla subjetiva (s), se sitúa en el opuesto (es el «revés») del discurso del psicoanalista.

11 En su texto de 1908 *La moral sexual «cultural» y la nerviosidad moderna*, Freud especulaba sobre la posibilidad de que un aligeramiento de la represión de las pulsiones, en particular de las pulsiones sexuales, podría aliviar la «nerviosidad». La realidad nos demuestra hasta qué punto esta especulación era errónea. En honor de Freud hay que decir que en dos ocasiones (en *Sobre la más generalizada degradación de la vida amorosa* [1912] y en *El malestar en la cultura* [1930]) dejó sentada su sospecha de que algo «en la función misma» (de la pulsión) impedía una plena satisfacción. Como dijimos anteriormente: el malestar es estructural y no contingente.

discurso que impulsa los sujetos a «osar», «atreverse», «desafiar», «superarse», «ser más», etcétera. Retomaremos este punto más adelante; dejemos sentado no obstante desde ya que los sujetos pagan un precio elevado de no lograr «estar a la altura» de las exigencias de este ideal. En particular en términos de angustia, culpabilidad, depresión.

El reactor nuclear de este proceso reside en aquello que según Lacan condiciona el giro que lleva del discurso del Amo antiguo al discurso del capitalista: «su curiosa copulación con la ciencia» (Lacan, 1991, p. 126). Imposible no sorprenderse ante el adjetivo: ¿curiosa? ¡Más bien *necesaria*! En efecto, es el avance irrestricto de la ciencia y la técnica lo que posibilita la multiplicación de los objetos que modifican la relación de los seres humanos consigo mismos, con sus cuerpos, con los otros, con los objetos, con su realidad y con el mundo. Sería larga y engorrosa la enumeración de los objetos y los dominios de la vida que son permanentemente transformados por estos. De los aspectos más banales y cotidianos hasta los más fundamentales. Entre estos últimos, no podemos soslayar aquellos que tienen incidencia en la sexualidad, la vida amorosa, la reproducción, el cuerpo y la muerte. Mencionemos simplemente los cambios en la reproducción humana (de la inseminación artificial y los bebés probeta hasta los vientres alquilados), las modificaciones hormonales y quirúrgicas de sexo, la clonación y hasta las perspectivas nacientes del «hombre aumentado» de los transhumanistas que sueñan en convertir una parte de la humanidad (pero solo una parte) en *cyborgs*. Agreguemos a esto, ya que mencionamos la cibernética e internet, la creación de espacios de realidad virtual, con efectos y consecuencias múltiples. La lista podría ampliarse casi al infinito. Los cambios en los individuos (que no en la subjetividad) son controlados, incluso programados por la industria farmacéutica, la ingeniería genética o por el implante en el cuerpo y/o en el cerebro de microchips. La utilización masiva de algoritmos que siguen las actividades y gustos de cada uno permite «proponer» y regular el tiempo libre, el ocio, las preferencias culturales en lectura, música, hábitos y gustos culinarios, intereses turísticos y, también, en la sexualidad o la vida amorosa. El acceso irrestricto al objeto provoca o favorece, inversa y recíprocamente, una transparencia de la esfera íntima que permite un acceso a todo aquello que los sujetos pueden pensar, sentir o hacer. Todo este proceso, infinitamente

más complejo de lo que podemos sintetizar aquí, forma parte del pasaje de las sociedades «disciplinarias» (Foucault) a las sociedades de «control» (Deleuze, 2003, pp. 240-247; Braunstein, 2012).

En el discurso del capitalista el objeto pulsional va a encarnarse tanto en los objetos del mercado como en los seres humanos mismos, los cuales toman el valor de simples objetos valorizables, vendibles, intercambiables (y, en última instancia, desechables)¹² sobre el mercado. La astucia de este discurso consiste en que la plusvalía no produce solamente efectos como acumulación de beneficios, ella produce efectos deletéreos sobre aquel que la produce: este es convertido en objeto en el proceso de producción.

El discurso del capitalista ataca al fantasma de los sujetos.¹³ Pero lo hace de manera paradójica, estableciendo *un cortocircuito entre el deseo y el fantasma*. La eficacia de este discurso, como hemos señalado, reposa sobre la omnipresencia de los medios científicos puestos al servicio de la producción de objetos que invaden todos los espacios de la vida. Estos objetos me parecen presentar dos características determinantes: en primer lugar, «anticipan», «preceden» a la demanda del sujeto. El objeto le es presentado no solo antes de que pueda demandarlo, incluso antes que él pueda solo imaginarlo, y por supuesto con todas las cualidades «agal-máticas» necesarias. Lo que lleva al segundo punto: se presentan como

12 Uno de los ejemplos más claros y extremos sería el de la aplicación Tinder para los encuentros sexuales.

13 Es lo que hacen la publicidad y el marketing. Introduzcamos aquí un paréntesis para señalar un «parentesco» insospechado entre Freud y el discurso del capitalista. Este parentesco (en sentido literal) se refiere a la persona del sobrino de Freud, Edward Bernays (hijo de Eli Bernays, hermano de Martha), quien emigró a los Estados Unidos y es considerado el padre de la propaganda política, de la industria de relaciones públicas y del consumismo americano. Comenzó su carrera trabajando en la propaganda política del presidente Wilson en 1916. En 1923 publicó *Cristallizing Public Opinion* (Cristalizando la opinión pública) y en 1928 *Propaganda: cómo manipular la opinión en democracia*. En estas obras, según su nota biográfica, «combina las teorías de Gustave Le Bon sobre las masas, las de Wilfred Trotter sobre la psicología social y las de Freud». Fue uno de los primeros (siempre según su nota biográfica) en industrializar la psicología del subconsciente (sic) para persuadir a la opinión pública. Para Bernays, una masa no puede ser considerada «pensante», en ella solo se expresan las pulsiones inconscientes, a las que él apunta para vender sus productos gracias a mensajes publicitarios que se apoyan sobre las emociones. Por sus trabajos sobre el inconsciente para uso empresarial se lo considera el padre del marketing. Un último elemento para caracterizar a este personaje: en 1954 fue el propagandista que obró en favor de la United Fruit Company para crear las condiciones de la intervención americana que terminó con el gobierno democrático de Jacobo Arbenz en Guatemala.

«engaña-castración»,¹⁴ pretendiendo que la posesión y el uso del objeto colmaría (y colmataría) la falla subjetiva. De tal manera que la pululación y omnipresencia de estas maravillas de la tecnociencia mercantilizada «aplantan» la dimensión del deseo. Este discurso proveniente del Otro (un Otro socio-político-económico-científico) tiende a «suscitar» la demanda posible imponiéndole al sujeto, induciéndole el mensaje de una necesidad que él mismo ignora y a la cual el objeto vendría a aportar una respuesta inmediata con la consecuente ganancia de goce. En paralelo, este proceso crea en el sujeto la ilusión de una mayor autonomía, cuando en realidad se convierte en cada vez más dependiente. Son los espejismos del narcisismo, que operan con una temible eficacia. Freud lo había percibido claramente: la satisfacción de la pulsión «... se enlaza con un goce narcisista extraordinariamente elevado, en la medida en que enseña al yo el cumplimiento de sus antiguos deseos de omnipotencia» (1979, p. 117). Esta es una de las razones fundamentales que explican el insolente éxito, la extraordinaria operatividad de este discurso: se dirige al talón de Aquiles subjetivo, esto es: la falla narcisista. Freud lo señalaba en otro pasaje: «El hombre se ha convertido en una suerte de dios-prótesis, por así decir, verdaderamente grandioso cuando se coloca todos sus órganos auxiliares; pero estos no se han integrado con él, y en ocasiones le dan todavía mucho trabajo» (1979, p. 90).¹⁵

Señalemos aún dos características suplementarias: al «completar» la falla narcisista de los sujetos, estos objetos revisten un carácter altamente adictivo; una vez integrada la «prótesis», esta se convierte en imprescindible. La segunda: el mecanismo mismo tanto del mercado como de la lógica subyacente (lo que he llamado *engaña-castración*) genera una carrera permanente en pos del nuevo objeto. Desde el punto de vista de la lógica

14 Juego de palabras difícil de traducir: en francés *trompe-la-castration* establece un paralelo con *trompe-l'oeil*, manera de indicar la dimensión de engaño que introducen los objetos. Desde este punto de vista, ciertos objetos pueden ocupar una función cuasi fetichista.

15 Cómo no admirar la presciencia de Freud cuando agrega: «Es cierto que tiene derecho a consolarse pensando que ese desarrollo no ha concluido en el año 1930. Épocas futuras traerán *nuevos progresos, acaso de magnitud inimaginable*, en este ámbito de la cultura, y no harán sino *aumentar la semejanza con un dios*. Ahora bien, en interés de nuestra indagación no debemos olvidar que el ser humano de nuestros días no se siente feliz en su semejanza con un dios». *Itálicas mías*.

capitalista, los objetos, por definición, han sido previstos y programados para ser obsoletos y desechables. Desde el punto de vista psíquico, como lo indicamos anteriormente, porque solo pueden dar la ilusión de colmar la falla subjetiva. Así, sus límites aparecen inevitablemente y es necesario renovar la promesa de que no solo habrá un nuevo objeto, sino que el objeto siguiente será aún más poderoso, más efectivo, más rápido, más performante. En otras palabras: más (imaginariamente) fálico.¹⁶ Esto concuerda perfectamente con la lógica capitalista que reposa sobre la producción y el consumo infinito de objetos, a falta de lo cual el sistema se desplomaría.¹⁷

Notemos que esto supone una inversión radical (aunque no total) de los presupuestos freudianos expresados en *El malestar en la cultura*. Como si la «cultura capitalista» hubiera integrado la hipótesis del deseo inconsciente y las disposiciones pulsionales y en vez de «combatirlas» (es decir: exigir un renunciamiento pulsional), en un movimiento que podría nietzscheanamente denominarse «transvaloración de los valores», se sirve de las pulsiones para obtener una mayor... plusvalía.

El discurso capitalista se organiza entonces como una anulación permanente de la pérdida con vistas a un plus-de-goce; en ese sentido a una reificación constante del objeto que introduce al sujeto en un proceso de alienación de naturaleza diferente a la alienación significante. Se ve entonces a qué tipo de «ortopedia» sirven las «prótesis», las lathouses, como las denominaba Lacan, todos esos objetos que son como prolongaciones de las funciones corporales, con las cuales el sujeto pretende controlar una realidad en la que en realidad es él el controlado. Se presta a ese juego tanto más gustosamente en la medida en que obtiene una compensación narcisista consecuente. Con la salvedad de que la satisfacción relativa e ilusoria

16 El objeto «fascina». Pascal Quignard nos recuerda oportunamente que el término griego *Phallos* se dice en latín *fascinus*. Cf. P. Quignard (1994). *Le sexe et l'effroi*, París: Gallimard, p. 9.

17 Esto es lo que justifica la aserción de Lacan: «El discurso capitalista [...] es algo locamente astuto. Locamente astuto pero destinado a reventar. En fin, después de todo es lo más astuto que se haya hecho como discurso. No por eso está menos destinado a reventar. Es insostenible [...] es una cosa (*un truc*) que podría explicarles [...] marcha como sobre ruedas, no puede andar mejor, pero justamente marcha demasiado rápido, se consume, se consume (*se consomme*) tan bien que termina por consumirse (*se consume*)» (Lacan, 1978).

aportada por el objeto se agota rápidamente y es necesario recomenzar infatigablemente la carrera tras el objeto siguiente, luego el siguiente y después aún el siguiente.

Puesto que evocábamos la dimensión del goce narcisista, no podemos dejar de lado otro aspecto fundamental: es necesario agregar la dimensión de *lo virtual*, que se despliega en el terreno extraordinario del espacio inmaterial de las redes sociales en las que el sujeto puede exponer una (o muchas) imagen(es) de sí. Hay un goce en la sobreexposición de sí mismo, el mostrarse, el ser «visible», el tener «audiencia»,¹⁸ el yo se ve ensalzado como un verdadero héroe, recompuesto, retocado, reinventado. Goce inmediato, total, sin fin, multiplicado al infinito por las infinitas posibilidades que ofrecen las nuevas técnicas tanto de modificación y gestión de la imagen como de difusión por redes sociales. Goce ilusorio, pero «real» de dominar una forma de realidad, confirmada por el sistema de retroacción (*likes*, popularidad, etc.). No se trata de una búsqueda de bienestar ni de placer, se trata de gozar. Es decir: el vértigo del instante, un vuelco a lo indecible y lo efímero, un sobrevuelo de lo irracional atado al cuerpo, la ilusión de convertirse, en el espacio de un clic, en semejante a dios. El goce es un sentimiento fugaz de omnipotencia, y en él reside el poder de nuestra sociedad hipermoderna. Es una de las formas de un narcisismo «socializado», uno de cuyos resortes está en el espacio virtual. Las redes sociales incitan en permanencia a la construcción de un nuevo «yo», cuyo denominador común es pertenecer a una comunidad virtual cuyo rasgo de identidad es participar del goce del objeto, disponible permanentemente (siete días por semana y 24 horas por día), una comunidad de goce, que comparte la exclusión de todo tipo de restricción o de limitación a la ideología del goce.

Insistamos sobre un punto: si la virtualidad es un factor determinante de la hipermodernidad, esto es también y quizás sobre todo en función de la forma material en que se presenta, es decir, la imagen, pero potenciada en relación con estos dos factores suplementarios que son la *instantaneidad* y la *precipitación*. En efecto, nuestra relación con la virtualidad no es solo la imagen: es fundamental el factor temporal. Nos convertimos en

18 La dimensión pulsional está siempre presente.

testigos (y por ende en participantes) del momento en que la intensidad de lo que se «vive» se cristaliza en la intensidad de lo que se «da a ver». Hemos entrado en la «era de la potencia de la pantalla», que consagra la imagen virtual como nuevo ídolo. Si el término no fuera un poco excesivo, cabría hablar de una forma de «desobjetivación»; en efecto, poco lugar le queda al deseo frente a esta búsqueda de goce instantáneo y efímero, y de imágenes con representación autorreferencial (ya que, privadas de la posibilidad de realización y satisfacción, constituyen en sí mismas su propia satisfacción).

Señalemos dos consecuencias importantes: por un lado, que la «materialización por la imagen» conlleva una «desmaterialización» concomitante de los lazos sociales reales. Particularmente observable en los adolescentes, quienes multiplican las relaciones virtuales en la misma medida en que disminuyen los contactos reales.¹⁹ De ahí la segunda consecuencia que tiene una formulación cuasi oximórica: lo que llamaría la «masa atomizada». Miles y miles de átomos individuales aislados los unos de los otros, pero ligados entre sí por el hilo invisible que tiende entre ellos la red.²⁰ Al punto de que cada vez más a menudo los sujetos no conocen otra realidad que las que les llega por intermedio de la pantalla.

Lo que llevamos expuesto podría dejar una impresión de unilateralidad: el mercado, el discurso del capitalista propone objetos de los cuales los sujetos gozan. No obstante, comenzamos interrogándonos sobre «el goce de quién»: ¿quién goza? No hay duda de que de parte de los sujetos hay un goce en la posesión y utilización de los objetos, pero no hay que perder de vista que ese goce que el sujeto retira *es el goce que el objeto propone*.²¹ Si invertimos la perspectiva, salta a la vista que *es el objeto el que fija las condiciones*. Es el objeto el que manda, es el objeto el que dice cómo hay que hacer. Sí, se puede gozar del objeto, pero para eso hay que

19 A menudo pacientes adolescentes evocan en sesión que han pasado dos semanas de vacaciones con amigos que no han visto: han estado permanentemente en contacto, pero solo por las redes sociales.

20 No por nada en lenguaje informático existe el término *terminales*; salvo que los «terminales» no son las computadoras mismas, sino quien está delante de la pantalla.

21 Y a veces impone.

pasar por las horcas caudinas del manual que nos da las «instrucciones». No en balde el *personal computer* se dice (al menos en el español de España) «ordenador». ¿El que pone orden o el que las da?

La revolución tecnocientífica de los últimos 40 años (biología, genética, ciencias de la computación [informática, tratamiento de datos]) no solamente ha introducido cambios radicales en nuestro mundo cotidiano, sino que aspira a modificar incluso la subjetividad, atrapada en la red de un vasto mercado. Los aspectos esenciales de la vida y de la muerte, de la reproducción, de elección de sexo, de modificaciones de los cuerpos, de exploración e imaginización de lo real del cuerpo, todos estos aspectos de la vida y muchos más son cartografiados, catalogados, situados, identificados en una red que envuelve en adelante nuestras vidas. ¿Dónde queda el sujeto en todo esto? Este saber tecnocientífico instrumentalizado al servicio del nuevo amo finge desviar en su provecho la castración simbólica: el goce está en adelante al alcance de todos... a condición de someterse a las leyes del dispositivo.²² Lo único que resiste (habrá que decir: ¿por ahora?) a esta aplanadora que aplasta la subjetividad es... el inconsciente.²³ Es decir: el deseo.

Es menester insistir en el punto que acabamos de mencionar. Este concierne menos los objetos que son propuestos a los sujetos que el sujeto mismo. En realidad, concierne una consecuencia posible del goce de los objetos sobre los sujetos: la desubjetivación como movimiento último. Esto se presenta bajo un aspecto radical.

En efecto, nos anuncia la llegada de una nueva era, resultado como siempre de una doble revolución, científica y técnica, que debería conducir a una modificación de los cuerpos, de los cerebros, de las mentalidades y de la representación del mundo. La tesis que subtiende esta revolución es

22 En el sentido deleuziano del término.

23 «Lo Real se ha expandido por la ciencia [...] lo real se ha convertido en una presencia que no tenía antes a causa del hecho que se pusieron a fabricar un montón de aparatos que nos dominan, como no se había producido nunca anteriormente. *Es únicamente a causa de esto que somos empujados a considerar que el análisis sea la única cosa que pueda permitirnos sobrevivir a lo real*» (Lacan, Conferencia en Milán el 30-3-74, en Lacan, 1978, pp. 104-147. Versión electrónica en ecole-lacaniane.Net/bibliolacan/pas-tout-lacan/) (Traducción e itálicas mías).

la siguiente: *los organismos son algoritmos*,²⁴ y *la vida no es otra cosa que tratamiento de datos*. Llevando la hipótesis un paso más allá: el universo todo no es más que un vasto flujo de datos, y un fenómeno *x* no es más que una manera particular de tratar esos datos.

Si traducimos estas tesis en nuestro dominio, lo que llamamos «ingenuamente» sentimientos y deseos son puramente y «simplemente» algoritmos bioquímicos que no reposan sobre nada más que el cálculo. Para los especialistas de la inteligencia artificial, nuestras elecciones, sean cuales sean (sexuales, éticas, estéticas, políticas), están determinadas por mecanismos bioquímicos.

Las implicaciones van aún más lejos: a condición de acumular suficientes datos biométricos y capacidades de cálculo, podrían crearse algoritmos que podrían teóricamente conocer y predecir nuestro comportamiento. Más aún: la máquina de la que «uno se sirve» (es decir: todo tipo de material informático) puede grabar nuestras reacciones en directo (interés, aburrimiento, emoción, etc.) para agregarlas como datos al algoritmo, mejorando así aún más sus capacidades de cálculo y modelizando nuestro comportamiento futuro. Dicho de otra manera: mientras leemos, es la máquina la que nos lee, incluidas nuestras reacciones bioquímicas. Se pretende que en un futuro próximo las máquinas podrían anticipar nuestras propias elecciones, incluso «aconsejarnos» «racionalmente» sobre las decisiones que tenemos que tomar.²⁵ Va de suyo que es «por nuestro bien».

Sin embargo, a pesar de su insolente «éxito», este discurso también «falla», pero su falla deja a los sujetos en un estado de confusión. Hay evidentemente una «falla» de estructura: la del inconsciente (que tratan de eliminar de todas las maneras posibles).

El psicoanálisis es una resistencia en acto a este «ideal» del goce generalizado. Lo hace acordando su lugar al deseo. Esto no significa, bien por el contrario, que el psicoanálisis renuncie a pensar las mutaciones que se producen en el campo social impactando a los sujetos, ni que esté en

24 Un algoritmo es un conjunto de reglas que permiten resolver un problema en una cantidad finita de operaciones y que puede ser traducido en lenguaje informático.

25 El *Livre blanc d'Inria sur l'IA* (<http://sciv.fr/rapportInria>). Véase también: Ganascia, 2017.

contra (¿cómo podría estarlo?) del progreso científico y técnico. Lo que el psicoanálisis no puede es no interrogar los efectos que estos discursos, dispositivos y objetos producen sobre los sujetos. El psicoanálisis muestra la manera en que los sujetos son objetos en los dispositivos, y su práctica permite (o debería permitir) a los sujetos abrir el espacio suficiente para que el deseo sea un límite al goce en vez de que el goce asfixie al deseo.²⁶

Considero que, frente a esta realidad, la responsabilidad ética del analista es convocada. No diría «más que nunca», pero ciertamente de manera diferente que antes. Ella es convocada justamente en la perspectiva del sujeto humano y su deseo. El discurso del capitalista por medio de la tecnociencia dibuja el contorno de un sujeto neuronal, calculable, manipulable (inteligencia artificial y técnicas de marketing mediante). Lo que no es calculable ni controlable es el deseo inconsciente. Es sobre este punto preciso que el psicoanálisis es ineludible porque persiste en ser uno de los raros espacios en los que la cuestión del sujeto en sus diversas formas de existencia (y de alienación) puede aún plantearse. ♦

26 Hay que subrayar el doble sentido del sintagma lacaniano *plus-de-goce*. En francés, *plus-de-jouir* puede entenderse como una búsqueda de un «más», pero también como un «basta: no más goce». Entre el exceso insoportable y la descarga de tensión.

Resumen

El *discurso del capitalista* formulado por Lacan permite una lectura clínica de la relación actual entre los sujetos y los objetos producidos hoy por la tecnociencia. Se observa en particular una inversión de la relación con el goce: de la promesa de goce inducida por los objetos que apunta a colmar la falla subjetiva a la fórmula extraña pero real según la cual son los objetos quienes «gozarían» de los sujetos, atrapados estos y sometidos al imperio de los objetos, con un riesgo cada vez mayor de «desubjetivación». Consideramos que el psicoanálisis es una de las últimas barreras que se oponen a este proceso cardinal en el actual malestar subjetivo en la cultura.

Descriptores: GOCE / CULTURA / DISCURSO DEL AMO / CAPITALISMO / SUJETO / OBJETO / INTERNET / LO VIRTUAL / FALTA / NARCISISMO

Descriptor propuesto: REDES SOCIALES

ABSTRACT

The *discourse of the capitalist* formulated by Lacan allows a clinical reading of the current relationship between subjects and the objects actually produced by technoscience. One observes in particular an inversion of the relation to enjoyment: from the promise of enjoyment induced by the objects that aims to fill the subjective failure to the strange but real formula according to which it is the objects that would «enjoy» the subjects, trapped these and subjected to the empire of objects, with an increasing risk of «desubjectivation». We consider that psychoanalysis is one of the last barriers that oppose this cardinal process in the current subjective discontent in the culture.

Keywords: JOUISSANCE / CULTURE / MASTER'S DISCOURSE / CAPITALISM / SUBJECT / OBJECT / INTERNET / THE VIRTUAL / FAULT / NARCISSISM

Descriptor propuesto: SOCIAL NETWORKS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Braunstein, N. A. (2012). *El inconsciente, la técnica y el discurso del capitalista*. México: Siglo XXI.
- Braunstein, N. A. (2019). Jouissance. En H. Guilyardi et al. (2019), *Vous avez dit jouissance?* Toulouse: Eres, pp. 55-78.
- Deleuze, G. (2003). Post-scriptum aux sociétés de contrôle (1990). En *Pourparlers*. Paris: Éditions de Minuit, pp. 240-247.
- Freud, S. (1979). *Obras completas: Vol. 18. Más allá del principio del placer (1920)*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Freud, S. (1979). *Obras completas: Vol. 21. El malestar en la cultura (1930)*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Ganascia, J.-G. (2017). *Le mythe de la singularité - Faut-il craindre l'intelligence artificielle?* Paris: Seuil-Science ouverte, Le Seuil.
- Koran, D. (2016). On an apocalyptic tone adopted today in psychoanalysis. *European Review of Psychoanalysis*. www.journalpsychoanalysis.eu/%2Fcategory%2Fejp%2Fdiscussions%2Fapocalypse-now-barbarism-and-psychoanalysis
- Koran, D. (2019). La pulsion de mort, moteur du discours du capitaliste. *Essaim* n.º 43 (a publicarse en octubre de 2019).
- Lacan, J. (1978). Conférence à l'Université de Milan - 12-5-1972. En *Lacan in Italia (1953-1978)*. Roma: La Salamandra. Versión electrónica: www.pas-tout-lacan
- Lacan, J. (1991). *Le Séminaire: Vol. XVII. L'envers de la psychanalyse (1969-1970)*. Paris: Du Seuil.