

El malestar en la cultura del consumo ¹

José Miguel Marinas

La cultura del consumo está compuesta por tres dimensiones básicas: los hábitos y formas de saber hacer cuyos códigos permanecen implícitos en la vida cotidiana, los sistemas de representaciones que configuran y legitiman las prácticas y, en tercer lugar, los procedimientos de identificación y construcción de las identidades. Estas tres acepciones, esta triple dimensión de la cultura –objetiva, representada y subjetiva– nos permite ver su carácter disciplinante más allá de las consideraciones de la libertad de compra. Entre las grandes funciones de esta cultura –junto a la reproducción de un sistema de integración y exclusión caracterizado por el reparto desigual– se detecta hoy especialmente la constitución de un sujeto social marcado por el ideal de la abundancia y la continua innovación. Las sucesivas crisis de estas pautas societarias y sus representaciones –desde el régimen del artefacto que acompaña el surgimiento de la industrialización, el del fetiche que rige el capitalismo de producción y, más recientemente, del simulacro², como específico del capitalismo de consumo– nos hacen pensar en un nuevo episodio de lo que Freud llamó en 1929 el malestar (*das Unbehagen*) en la cultura. En aquél, el malestar se destacaba no tanto por el efecto de la represión cuanto por la ausencia de contención (*Hagen*), la carencia de límites que permitiesen una apropiación de las tensiones y fantasías de omnipotencia y las experiencias de frustración.

Por ello, en lo que sigue, hacemos dos movimientos: uno, establecer algunos de los implícitos de diagnóstico de Freud como referido a la cultura del consumo incipiente (previa a la pauta del consumo de masas); otro, señalar algunos de los modos de la crisis o del malestar en la cultura del consumo de hoy: tratamos de ver cuáles son las principales contradicciones en los rasgos culturales propios del presente y, de modo complementario, trazar el mapa de las representaciones y formas de identificación y desidentificación de lo que hoy podemos llamar sujeto del consumo.

Señalemos, de antemano, que recurrir al antecedente de Freud tiene como característica principal el emprender una crítica de la cultura a partir del hallazgo, de la *experiencia* del análisis. Freud ha sido presentado correcta-

mente como el primero que teoriza lo que ocurre en la sesión analítica³. Esta dimensión está muy presente en *El malestar en la cultura*⁴, porque leer es, en este contexto, una operación transferencial: en la búsqueda de palabras para nombrar los efectos de lo que la cultura orilla o tapa (lo inconsciente), o, lo que es lo mismo, para intentar decir de lo imposible algo, Freud incursiona en el entramado de la cultura en un recorrido crítico que no equivale a la confección de tesis antropológicas o culturalistas, sino al reconocimiento de la otra escena. Por eso decimos que de un modo peculiar *teoriza* y no hace mero discurso académico, porque el hallazgo y la invención de los procesos inconscientes abre –sin retorno– a otra escena que suscita de continuo el deseo de nombrar. En nuestro momento –como Walter Benjamin vislumbró– de escasos relatos de experiencia⁵ la figura de Freud puede seguir siendo estimulante. Precisamente porque se atrevió a nombrar: siendo de ciencias, no dudó en teorizar valiéndose críticamente de alegorías y mitos.

El malestar de antaño

Entre los textos y sus contextos se establecen, a menudo, relaciones sorprendentes. Si hablamos de la Viena fin de siglo como contexto del hallazgo psicoanalítico, o de la posguerra que le sigue a la Gran Guerra (la primera) como envés de *El malestar*, estamos hablando de una relación entre los textos freudianos y su contexto como la de una figura bordada en la tela de un bastidor: en ella, si retiramos los hilos blancos, la figura, con los hilos de color que la componen, desaparece.

El símil puede servirnos de clave para abordar esta obra esforzada y sabia, de estilo abrupto y de gusto no precisamente dulce, que Freud compone al hilo de sus 73 años. Él mismo la caracteriza, en carta a Jones (26-I-1930) como «un cimienta fundamentalmente diletante sobre el que se levanta una investigación psicoanalítica finamente afilada»⁶. Como vemos, hay aquí una topología, dos planos que es quizá lo primero que nos conviene destacar.

Este ensayo relativamente breve (87 páginas en la versión castellana) escrito en prime-

ra versión durante el verano de 1929, en Berchtesgaden, no lejos de Viena, y que Peter Gay califica como «el libro más sombrío y el más inseguro», ofrece para nosotros un valor especial. Para empezar por la escandalosa relación con las señales del contexto. Por coincidir su escritura con el desplome de una sociedad y economía que parecían, tras la superación de la primera guerra mundial, al abrigo de sobresaltos.

Pero comencemos por lo más elemental ¿Cómo ve Freud la cultura? ¿Por qué entra en este tema? Podemos decir sin equivocarnos que es porque lo pide la experiencia del análisis. Pero parece haber también otras razones que le llevan a componer en su madurez una serie de textos que no caen precisamente bien en el momento de su aparición. Desde *El porvenir de una ilusión* (1927) Freud se gana opiniones adversas, que se pueden sintetizar en la andanada que le dirige en la prensa el rabino neoyorkino Nathan Krass en un artículo titulado «Psicoanalizando a un psicoanalista» que aparece en el *New York Times* del 23 de enero de 1928:

Edison sabe de electricidad y por ello encuentra eco para sus opiniones de teología. Alguien se había hecho un nombre en la aviación (Lindberg) y se le pedía que pronunciara discursos sobre todo lo que existe bajo el sol... Todos admiran al Freud psicoanalista, pero no hay razón para respetar su teología⁷.

Hasta aquí el rabino. El clima que ahora, tras la aparición de *El malestar*, se prepara tiene este argumento: si no respetamos su teología, ¿cómo vamos a respetar su teoría de la cultura? Podemos añadir que es mal entendimiento el de esta lectura porque se queda con la cáscara: es reduccionista. Como Freud habla del sentido de lo religioso, dicen que hace teología, y, por analogía: como habla de las dimensiones de la vida cotidiana, de la cultura, pues se dice que hace antropología. Y aquí le esperan los etnólogos. Uno de ellos es C. C. Clemen de Bonn, quien establece –sigue diciendo Peter Gay– «parece ser que sabe de todo, habla de todo y en todo ve sexo». Y podemos conceder que es cierto, pero a condición de reconocer que su definición de sexo es radicalmente diferente al genitalismo machista ambiental. Freud escandaliza porque atribuye deseo sexual a las muje-

res, incluso a los niños y resituaba las férreas fronteras entre normal y patológico mediante otros hitos más móviles e íntimos.

¿Qué le llama a Freud en este campo? Una visión de las señales del tiempo, empezando por las de su propio tiempo biográfico. En carta a Lou Salomé (28 de julio del mismo año 1929):

Hoy escribo la última frase que completa el trabajo, hasta donde me es posible hacerlo aquí sin biblioteca. Trata sobre la cultura, el sentimiento de culpa, la felicidad y otras glorificaciones semejantes... Qué voy a hacer. No se puede fumar todo el día y jugar a las cartas, ya no tengo resistencia para caminar, y la mayor parte de lo que se puede leer ya no me interesa. Escribo y con ello paso el tiempo agradablemente... Mientras trabajaba descubrí las verdades más triviales.

Pero también hay razones de su proyección teórica. Sacar punta –afilar, dice él– a lo que viene persiguiendo desde sus primeros escritos llamados metapsicológicos y, antes, ya en los tiempos de *La moral sexual cultural y la nerviosidad moderna* (1908). El campo de reflexión no es sólo la palabra del analizando sino lo que se teje con ella. De ese modo Freud reconocerá que no es sólo responsabilidad del analista lo de dentro de la sesión sino las condiciones todas de la relación en la medida en que gravitan en la cura ⁸.

En el análisis hay una comprensión escénica: la escena del análisis consiste en el acompañamiento de las señales, síntomas, sueños, lapsus, del deseo inconsciente, pero esto no se detiene aquí, remite a una escena 2 –la vida cotidiana– y de ellas a una 3 que es la del origen. Esto lleva a Freud a salir sin salir de la sesión para ampliar, para, en palabras de Ignacio Gárate, resuscitar el estatuto teórico del psicoanálisis ⁹. En todos estos terrenos, que responden al saber hacer, a las representaciones y a las formas de identificación en que consiste la cultura detecta la circulación de las manifestaciones de lo inconsciente. Esa es la relación entre texto y contexto. Entre señales del mundo y elaboración. Pero retrocedamos un poco...

El joven Freud, hijo de modesto pañero provinciano, se cría en Viena entre la añoranza de los orígenes rurales y el mandato de éxito de la pequeña burguesía en la que se integra su

familia. Esta Viena de fin de siglo, que Schorske nos enseñó a analizar como un mosaico de piezas interconectadas y Riedl llama infame y genial ¹⁰ porque en sus vida cotidiana reconoce el retorno de lo reprimido, esta Viena fascinante recibe en 1873 –cuando Freud tiene 17 años– la Exposición Universal, la tercera tras de Londres 1851. En ese momento produce un texto, una carta conocida como la del Bachillerato, a su amigo Fluss, en la que se cuenta cómo orientará su vida académica y profesional. Ya no será abogado, sino un empírico naturalista: tratará de los pleitos de la naturaleza, a la que escuchará con disimulo y luego contará al mundo sus hallazgos.

Ya he ido dos veces a la Exposición. Bien, pero ni me ha deslumbrado ni encantado. Muchas cosas son capaces de complacer a otros no hallan gracia a mis ojos, porque no soy ni esto ni aquello, ni nada a fondo. Sólo las obras de arte y las producciones de orden general me han seducido. Allí no he hallado la vasta imagen del conjunto de las actividades humanas que quieren ver los periódicos, salvo que yo no supiera descubrir en un herbario los trazos de un paisaje. Se trata en suma de un espectáculo destinado al mundo espiritual, delicado y destornillado que se forma generalmente el visitante. Cuando mi Martirio (así es como deformamos entre nosotros la palabra *Matura*) haya acabado me propongo ir allí todos los días, es distraído y divertido. En medio de toda esta locura, también se puede sentir un deliciosamente solo ¹¹.

Si retomo esta confesión es porque se dan dos hechos. El primero es que Freud analiza por primera vez la cultura del momento en su conjunto, la cultura incipiente del consumo: con la soledad y altanería que Baudelaire reconocía al nuevo *flâneur*, que va «como un rey de incógnito». Segundo, porque a este episodio le sigue el *crack* bursátil de 1873, que se inicia como una fuerte inflación en Berlín. En él el propio padre de Freud, Jakob, ve fuertemente menguada su fortuna.

Pues bien, casi cincuenta años más tarde, su libro *El malestar* se ve corroborado también por otro acontecimiento señero y que parece avalar su intuición: me refiero al *crack* de la bolsa del mismo año 1929. Una semana antes de enviar el manuscrito al editor –el 29 de octubre– se da la que no es sino una señal

conclusiva de un proceso anunciado. Entre otros por el mismo Freud. El malestar radical en la vida cotidiana, en la cultura de la posguerra. De ahí su reflexión mayor sobre la urdimbre cultural como motivo de nuestra incómoda e infeliz condición humana.

Si Benjamin dijo que el texto es el trueno que surge más tarde respecto del rayo que es la iluminación, Freud parece atesorar esta virtud en grado llamativo. Lo que no necesariamente le convierte en una nueva versión de la figura de Casandra que tenía la el don de la visión –pero que por rechazar al dios Apolo, el poder– fue castigada a no ser creída.

El contexto: un texto entre tres culturas

A sí, pues, vemos que hay un conjunto de fenómenos sintomáticos que empujan el texto Este fino analista de los signos del tiempo, larvados pero ya emergentes en la catástrofe de la que aún no se han recuperado del todo ¹²se sitúa entre dos *cracks* bursátiles, como luego veremos que se sitúa entre dos guerras– pero aún no lo sabe–. Lo que quiero indicar es que si en el primer Freud se ve cómo los ideales de la rápida industrialización vienesa son frágiles, ahora el mundo atropellado de la concertación monetarista no presenta perfiles más robustos. Por ello parece casi lógico que la visión que Freud da de su modo de escribir sea la de un «cimiento diletante», es que así está la cultura y la sociedad misma, que él de seguro escucha con atención flotante.

¿Qué cambios se dan en el mundo que Freud vive? Por los estudiosos de la historia cultural y socioeconómica del tiempo sabemos que este es de una enorme contradicción. Producto esta de una metamorfosis radical y poderosa, que no se deja asentar como se aplicaría un diseño racionalmente calculado: el material (la sociedad, la ciudad, las vidas de los que las habitan) es un material sensible y los procesos no son el trazado de la recta línea de la modernización (lo técnico, lo industrial, lo representativo) sino las mellas, las huellas y heridas que la modernización va dejando a su paso.

Freud vive entre tres modelos de sociedad bien diferenciados. El tránsito de cada uno al siguiente lo recorre con su propia vida y lo elabora en su tarea propia (la escucha analítica) y su doctrina cuidadosamente matizada, defendida, difundida ¹³.

Los modelos de cultura que transita y dejan huellas y contradicciones entre sí, que luego veremos en la estructura del texto y de la argumentación de *El malestar*, son tres.

La cultura en la que Freud nace es el Antiguo Régimen que, pese a haberse quebrado en su primera época de preguerra sigue surtiendo efecto: tiene un modo de identidad basado en el linaje. La gente en él es identificada y se identifica a tenor de la pregunta de quién eres. Sexo, edad, hábitat, etnia y sobre todo estamento de pertenencia parecen realidades inmutables, cuasi naturales. De aquí Freud extraerá la equivalencia cultura-naturaleza que en algún momento emplea.

Este es el Freud que se ve atravesado por el estigma del judaísmo, que le permitirá con todo acostumbrarse a vivir en los márgenes y no cejar en su lucha –dice en la alocución de agradecimiento por su setenta cumpleaños en la asociación cultural judía *Bnaith Berith*. Pero también se ve atravesado por su condición masculina, migrante, de la pequeña burguesía menestral que, por esfuerzo viene a más pero no olvida su origen. Las reticencias y ambivalencias con Viena y con la cultura industrial vienen de aquí.

El segundo modo de cultura es el que Freud ve instalarse y crecer –muy rápidamente en Viena: en el que podemos llamar el capitalismo de producción. En este Freud desarrolla su identificación básica como ciudadano liberal y progresista que plantea su tarea como una profesión dedicada a la ciencia –la única religión que él entiende, es decir ninguna religión: la cosmovisión de la ciencia positiva–. En este modo socioeconómico y cultural la gente se identifica ya por lo que hace: el rol profesional es central. El sujeto se postula kantianamente autodeterminado y la moral utilitarista que viene de la economía y se generaliza a la vida, le hace creerse capaz de una racionalidad instrumental con la que maximiza costes en relación a beneficios. Este modelo es central en la argumentación de la presente obra de Freud y parece imponerse aun a costa de reprimir –que no eliminar– algunas de las tensiones que

habían traído los conflictos identitarios del Antiguo Régimen.

Es el reino que Marx califica del fetichismo de la mercancía y el propio Freud, sin olvidar el Marcel Mauss de *La lógica del don*, reconocen como el reino del fetiche. La mercancía media todo tipo de relaciones sociales, suscita los deseos y confiere una nueva identidad.

Pero en el corazón del mundo industrial y liberal emerge un tercer modo de la cultura, que si bien no se asentará hasta la segunda posguerra mundial sus pautas se van tramando desde el principio de siglo. El es que llamamos capitalismo de consumo. En este modo de vida estallarán las contradicciones más potentes entre el mandato productivista y el mandato del disfrute. Términos que prácticamente nos introducen en el intertexto de la argumentación freudiana de esta obra. Y confieren, a mi entender, a la misma una calidad de obra implicada en su tiempo. Freud no hace abstracción, contra lo que pudiera pensarse, pensando en una condición humana transhistórica. Este mandato del disfrute, la idea que se difunde de la omnipotencia de los logros —el dios con prótesis llama Freud al ser humano de este momento, en expresión metafórica perfecta, como veremos— trasciende lo económico y se muestra en síntomas personales y sociales poderosos porque toca todas las dimensiones de la identidad, comenzando por el género. Las mujeres exhiben la tensión de la doble moral, entre el mandato cultural productivista: engendrar, criar, subordinarse y las posibilidades de la nueva sociedad en la que el consumo no es por necesidad (sólo, siempre) sino por deseo, que es también deseo de reconocimiento. Y algo semejante ocurre con los varones: que Freud descubra histéricos y lo diga es motivos de una de sus primeras decepciones respecto de la cultura dominante, precisamente bajo la forma de cultura universitaria: a la academia no le agrada el diagnóstico, como no le agrada que la mujer tenga deseos (los niños también). La cultura de consumo incipiente da una nueva posibilidad de expresión¹⁴ a la sexualidad que ya no es genitalidad productiva. Pero también se mueven las identidades de clase (automarxismo) y los nuevos estilos de vida. Simmel y Weber lo teorizan desde el Berlín al que Benjamin llama Berlín demoníaco, como Ortega lo hace como espectador en el Madrid de las primeras masas.

Las formas de vivir: las ciudades de los pasajes comerciales, de los grandes almacenes y las primeras casas burguesas de vecinos dibujan un modo de vida radicalmente nuevo. Freud pasa por estos escenarios cuando su vida se profesional empieza en una de las primeras casas modernas: la Casa de la Penitencia del Ringstrasse para acceder luego al lugar entre dos zonas: Bergstrasse está entre la judería nueva y la universidad; entre la cultura formal ascendente y el nuevo modo de vida de la ciudad.

Estrategia y estructura

Por eso el texto de Freud tiene una fragilidad y al mismo tiempo una potencia que lo convierte en texto vivo para el presente. En sus ocho secciones o capítulos hay un pulso poderoso y una gran densidad temática, como una formación rocosa no fácilmente conquistable: Este hombre ahora ya realmente mayor —y no con la coquetería con la que se dirigía a Fliess en la cuarentena para decirle «soy un judío viejo y achacoso»— y ahora sí que enfermo —lleva varias decenas de operaciones para paliar su cáncer de mandíbula y lleva una prótesis que le produce, esta sí, un enorme malestar que lleva con una ejemplar templanza— este hombre parece querer dejar tras sí —escribe y descubre al hilo del deseo— una elaboración precisa en la que recoger lo que ha levantado en sus obras, si puedo llamarlas así, menos contenidas y más explícitamente críticas *Totem y tabú* y *El porvenir de una ilusión*.

«He aquí llegado el momento de introducir una idea enteramente propia del psicoanálisis y extraña al pensar común»¹⁵. El enunciado de esta idea nos permitirá comprender al punto por qué el tema debía parecernos tan confuso e impenetrable». Esta declaración de la última parte de la obra da bien el lugar estratégico en el que Freud se sitúa.

Freud se va a mover entre dos planos. Al menos esta es mi lectura del texto que podemos representar en su estructura como una matriz de doble entrada. Podemos representarla así a condición de leerla como dos procesos dinámicos en tensión. Sobre un suelo

diletante, construye –escuchémoslo de nuevo– una investigación psicoanalítica fina-

mente afilada. Por tanto, compongamos los planos:

Figura 1. El malestar visto desde el plano de la cultura y según la perspectiva del análisis

plano	propósito	sujeto	emergente	tiempo	pulsión
CULTURA	integrar	Yo en comunidad	masa	Progreso negado	tánatos
ANÁLISIS	coartar	Comunidad en yo	individuo	Pasado en presente	eros

El plano de arriba recoge críticamente –Freud en varios momentos del ensayo dirá, modesto, que recoge lo que todo el mundo ya sabe– las determinaciones de la cultura tal como las difunde la ideología ilustrada de los años veinte, es decir la que ha sobrevivido a la Gran Guerra y muestra su estremecida evidencia. En el plano de abajo se recogen los hallazgos peculiares que el análisis permite cotejar con los de la visión cultural, pero apuntando a otra escena, a otro saber enteramente propio. No es una yuxtaposición sino, dice claramente Freud, la aportación de una clave para entender lo complejo y confuso de las contradicciones que el plano de arriba exhibe. La cultura presenta como su principal función la de integrar mientras que el análisis muestra como propósito de la cultura el coartar. El sujeto que descubre la cultura actual es el yo en la comunidad – la masa es un nuevo sujeto proteico – mientras que el análisis mostrará, por la vía del superyó la presencia de la comunidad en el sujeto. El fenómeno emergente es la masa frente al individuo. La visión del tiempo en la cultura es el progreso negado, el presentismo, mientras que en el análisis aparece una nueva temporalidad que reconoce la huella del pasado en el presente. La pulsión dominante en la cultura es Tánatos, el análisis descubre –sin que sea el dios o la instancia ganadora, dice Freud en el final del texto– la fuerza de Eros.

Así se puede decir que en el darse de esta clave el texto de Freud pudiera ser visto como una teoría entre otras teorías de la cultura, aunque, si vamos más adelante, veremos que traza hipótesis –la de lo inconsciente operando en las formas de relación e integración– que no son fácilmente reducibles a una tipología más. El mismo Freud se muestra dialogante. Incluso, en sordina, lo es con alguno de sus antiguos

adversarios (Jung citándolo, Adler sin citarlo). También se muestra cáustico y conmovido (por boca de Heine y de Goethe) Pero de lo que está seguro es de que en este texto guarda una rara gema, una enseñanza rara y peculiar.

El autor debe excusarse ante sus lectores por no haber sido una guía más hábil, por no haberles evitado los trechos áridos ni los rodeos dificultosos del camino ¹⁶.

La pregunta es por qué el ya sedentario Freud echa mano metafóricamente de su antigua condición de andarín y montañero por qué evoca otra vez la condición de guía? ¿Le ronda ya el *Moisés* y su palpito de que se quedará a la vista de la tierra prometida?

La respuesta es que tiene una doctrina original, aun transmitida en un repertorio de ideas que él mismo califica de no nuevas. Gay dice que Freud las había esbozado ya en la década de 1890. Seguramente la más fecunda. Él dice que sí cuando reivindica la placa por el sueño del 24 de julio de 1895. Su *alter ego* de la época, Fliess, recibe en correspondencia lo que luego será texto de la década siguiente. Me refiero al ya citado *La moral cultural y la nerviosidad moderna*.

¿Cuál es la doctrina original que le permite compaginar y articular las tensiones entre estos planos de la problemática? En junio de 1929 le escribe a Max Eitingon : «Mi trabajo podría llamarse, si es que necesita un título, «la infelicidad de la cultura» (*Das Unglück in der Kultur*)». Luego el título mudará de sentido y se convertirá en alemán en *Das Unbehagen in der Kultur* y en inglés en *Civilisation and its Discontent*.

Su originalidad –sigue diciendo Gay– es analizar la desdicha humana con una seriedad

implacable. Esta es la marca de su postura, pero también de su contenido. No anuncia una derrota de la especie, ni proclama un pesimismo moral insobornable. Advierte —es un guía y lo sabe— de un riesgo mayor que el de Gran Guerra, si cabe: el odio a la cultura que se inculca en la gente precisamente en un momento en que las posibilidades de logro (capitalismo de producción) y de disfrute (capitalismo de consumo) parecieran técnicamente posibles y socialmente deseables, según la ideología liberal-progresista. Lo que ocurre es que la tal Gran Guerra ha traído consecuencias aún no analizadas, tras del dolor reciente y el duelo apenas concluido. A Freud mismo le hizo dar un giro brutal. En lo teórico por supuesto: *Las pulsiones y su destino* es un primer atisbo de tánatos, corroborado luego por Melanie Klein. Pero, sobre todo, en lo vital y en lo concreto. Le hizo llevar una vida enormemente difícil —como atestiguan las biografías y la mencionada correspondencia con su pariente de Londres que le llega a enviar paquetes de comida: pasa, como todos los vieneses, hambre y tiene dos hijos movilizados, uno de ellos prisionero una año en Italia. Luego vendrán poco a poco algunos pacientes británicos y sobre todo americanos, exponentes de esta nueva cultura del consumo y la vanguardia cultural.

Lo llamativo del señalamiento de Freud es que la cultura, el repertorio de instituciones, valores y identificaciones que nos hacen vivir, parece convertirse ahora en objeto de odio. Porque decepciona y lo hace a fondo, hasta el alma. La omnipotencia de este dios protésico que es el varón de la era industrial que se abre al consumo conspicuo (aquel que tiene como fin representar status) se ve profundamente frustrada. Qué ocurre con la mujer en el nacimiento de esta cultura es cosa aún no perfilada —hay titubeos y contradicciones en Freud— pero digamos que sin duda cambia y se abre también su modo de representarse y de construir su identidad.

«La cultura es —dirá Freud— el reflejo a gran escala de los conflictos dinámicos que habitan en el individuo». Podríamos invertir la frase y estaríamos tocando también el fondo de la cuestión. Como ha dejado claro en *Psicología de las masas y análisis de yo* individuo y grupos son haz y envés del mismo fenómeno.

Así parece dibujarse el problema, el gran síntoma: entre la promesa de la abundancia

que suscita deseo y la decepción del límite no esperado que a este se impone, desde fuera y —como veremos— desde dentro, de modo consciente y —esta es el hallazgo— de modo inconsciente. Es condición de la humanidad civilizada el no poder vivir sin la civilización: el repertorio de instituciones que agrupan y posibilitan la supervivencia frente a la naturaleza hostil. Pero no puede vivir felizmente en ella. Esta es la clave del síntoma. El problema queda, pues, planteado en estos términos: cómo hacer que se dé una tregua entre esos dos titanes: el deseo por un lado y por otro el control que impone la cultura sobre él. La cultura en su rostro concreto: la cultura industrial que ha mostrado catastróficamente su peor cara.

Por eso el mismo título titubea. Decir *Unglück* (desdicha, infelicidad) es demasiado: supone que la felicidad (*Glück*) es el destino, cuando Freud en realidad quiere decir que lo es el deseo, el placer (*Lust*). Digamos entonces, parece corregirse Freud, que es *Unbehagen*, es decir que no es llevadera. Si hacemos el recorrido léxico, nos encontramos con que *Hag* es cerco, protección; *Hagen* es proteger, cuidar; *Hage* es lo que contiene, *Behagen* es facilitar y proteger conteniendo y *Unbehagen* es lo que molesta porque deja de contener. *Unbehagen* es, por lo tanto, desazón, descuido, inconveniencia. Como en inglés lo es *Discontent*. Infelicidad provocada por el desbordamiento¹⁷.

Así que, para sorpresa quizá nuestra, el malestar no lo provoca la represión, el control férreo, sino la falta de contención para lo nuevo. Como un día bromeando con un colega dijimos ya hace años, se trata del malestar en la costura: las nuevas identidades contradictorias, la pugna entre deseo e integración, desborda, hasta estallararlo, el traje que el sujeto liberal, utilitarista, de la racionalidad instrumental se había confeccionado¹⁸.

Esta es a mi entender la punta novedosa de la visión de Freud. Más allá de la exposición de los conflictos de la cultura del capitalismo de producción, apunta al cogollo mismo de lo que va siendo ya la cultura del consumo: la falta de límite, la denegación de la castración.

La estrategia expositiva de Freud tiene que ver con la voluntad de presentar las condiciones de nuestra emancipación. Conocer la urdimbre de nuestro deseo y de nuestra cultura. Y lo llamativo es que esta posición aparece

desde los primeros enunciados el ensayo. Lo que importa no es carácter adaptativo que nos hace evolucionar de un sentimiento oceánico, en realidad un narcisismo primario ilimitado. Lo decisivo es preguntarse, como Freud mismo hace, qué me ocurre en concreto a mí. Qué deseo, qué pongo y qué fundo.

El sentimiento oceánico es puesto en duda, al menos como estructura universal. En todo caso es condición de una apropiación personal y crítica de una dimensión oscura (*Wo es war soll ich werden*). El malestar en la cultura viene, pues, de postular un yo omnipotente que se ve negado por el principio de realidad y por el temor al deseo. La consecuencia lógica y ética de este diagnóstico ha de ser rectificar, reconstruir el proceso distorsionador de esa noción de yo, con una doble estrategia: hacia nosotros, no dejar de acompañar nuestro deseo, ad extra: no dejar de ver el deseo en la cultura. Se nos pide un descentramiento: superar la vanidad antropocéntrica sin caer de nuevo en lo oceánico, en la ilusión en el sentido ya desmontado críticamente.

Hay dos planos magistralmente trazados con los que Freud concluye: la culpa por la realización que es consciente frente a la culpa por la intención que permanece inconsciente. La cultura, concluye, es una abstracción frente lo que le ocurre al individuo: no se desdice de lo anterior, se centra en la reivindicación de una ética que se desprende para cada uno de la experiencia del análisis. Precisamente porque la cultura en cada uno de nosotros y en todos se rige por la lucha entre Eros y Ananké. Ante ella cabe una posición ética que puede hacer de terapéutica del deseo. No tiene contenidos materiales concretos. Pide acompañar la presencia del mismo deseo en nuestras vidas, no denegarlo, no engañarnos a su propósito. Por aquí va la vía de solución.

Y concluye:

A mi juicio el destino de la especie humana será decidido por la circunstancia de si —y hasta qué punto— el desarrollo cultural logrará hacer frente a las perturbaciones de la vida colectiva emanadas del instinto de agresión y autodestrucción. En este sentido, la época actual quizá merezca nuestro particular interés. Nuestros contemporáneos han llegado a tal extremo del dominio de las fuerzas elementales que con su ayuda les sería fácil exterminarse mutuamente hasta el

último hombre. Bien lo saben: de ahí buen parte de su presente agitación, de su infelicidad y de su angustia. Sólo nos queda esperar que la otra de ambas «potencias celestes», el eterno Eros, despliegue sus fuerzas para vencer en la lucha con su no menos inmortal adversario. Mas ¿quién podría augurar el desenlace final?

Las metáforas y las alegorías

Este tenso y hermoso texto recurre a numerosos elementos metafóricos o alegóricos, la alegoría es una metáfora convertida en escena con personajes¹⁹. De todos los que salen en el texto quisiera señalar al menos tres brevemente, por dos razones. La primera es que ahora podemos ver mejor el lugar de lo metafórico, del recurso a la otra escena, en el nombrar de lo imposible algo. Tal como recientemente ha dicho Claudio Magris, lo narrativo es el merodeo para decir lo que no se puede de nuestra esencia. La otra razón es que en ellas se esconden los modelos topológicos no explícitos para pensar la cultura.

a) La primera es la alegoría de la ciudadela. *El superyo es una guarnición militar que ha desarmado y vigila al yo* ante sus pulsiones destructivas (tánatos) o ante la parte no social de eros.

Esta brillante imagen tiene la fuerza de mostrar la escisión constitutiva. Inspira, a mi entender, otras alegorías posteriores como la de nuestro malogrado amigo Joël Dor, cuando ilustra la función paterna como el rol de un embajador que de la cultura viene a otro país, el de la madre con el niño. Como extranjero no conoce esa lengua, tiene que aprenderla y traducir a ella los recados que el orden de la ley y de lo simbólico mandan a la diada originaria para que la criatura pueda llegar a ser sujeto.

Freud maneja, y no casualmente, la metáfora bélica. Ya ha hablado, ante la hipótesis del sentimiento oceánico de fusión, de como en esa fortaleza la fachada ante lo externo la pone el yo. Metáfora de ciudades y de fortalezas. Ciudades en ruinas, como Roma, que no están lejos —en la fruición estética plausible— y son la otra cara de las ciudades destruidas en la

guerra. Y de la premonición de otras destrucciones.

b) La segunda es la que ilustra la mentira premeditada que la cultura dominante ejerce en la denegación de la sexualidad. En la nota 31, al hablar de lo central de la sexualidad y su distorsión cultural, escribe:

El hecho de que se oculte a los jóvenes el papel de la sexualidad habrá de desempeñar en su vida, no es único reproche que se puede aducir contra la educación actual. Además peca por no prepararlos para las agresiones cuyo objeto están destinados a ser. Al entrar la juventud en la vida con tan errónea orientación psicológica, la educación se conduce como si se enviara a una expedición polar a gente vestida con ropa de verano y equipada con mapas de los lagos italianos.

Esta nota sarcástica establece una referencia clara a la ética, en la medida en que el psicoanálisis tiene intrínsecamente que ver con ella. La experiencia del análisis nos muestra una cosa clara: no se trata de sostener por más tiempo la idea de que los preceptos pueden por sí solos alcanzar la felicidad, sino de no olvidar la ambivalencia radical de los deseos. Con ellos ha de enfrentarse una ética —el psicoanálisis como ética— del deseo. Freud mismo habla aquí de la relación entre ética y terapéutica de la culpa inconsciente, como en otro momento llega sorprendentemente a hablar de la responsabilidad por nuestros sueños.

c) La tercera alegoría tiene que ver con las formas de representar la topología de la cultura. Porque no siempre la dibuja frente al mismo par opuesto. Hay tres modos de relación:

1. Naturaleza y cultura se oponen pero son analógicas. Para el sujeto ambas son hostiles y las metáforas que convergen en ese sentimiento: la alegoría de la madre-madrastra o del padre estado amenazador, abonan un tratamiento razonador y argumentativo ya racional. De ese modo hay muchas analogías en el texto que tienen esta doble figura —en realidad un quiasmo— a saber: lo que se dice de la naturaleza se puede decir de la cultura y lo que se dice de la cultura se puede decir de la naturaleza en la medida en que son territorios ambos amenazadores, por diversos conceptos.

2. La cultura es prótesis de la naturaleza humana, del sujeto. Es una metáfora pues, dice Freud, las instituciones como instrumentos «no brotan de nuestro cuerpo»: nos dan la sensación de poderlo todo, pero las instituciones no son sólo instrumentos, son lugares de normas en los que vivimos, son ambientes que nos rodean y por eso nos troquelan, se cobran un fuerte peaje por ser, dicen ellas, instrumentos a nuestro servicio.

3. La cultura es simulacro y sustituto de la naturaleza interior. Funciona aquí como una metonimia. La guarnición que viene de fuera acaba siendo parte central del escenario interior.

Pero Freud, a mi entender, apunta con estas imágenes a la posibilidad de una sustitución que desazona más que la mera existencia de la norma interior: la falta de norma.

Esta reflexión sobre el alcance y las figuras de la crítica freudiana nos permite señalar, siquiera en síntesis, algunos de los modos del malestar de la cultura del consumo contemporáneo.

Formas actuales del malestar en la cultura

La sociedad llamada de consumo —término que es testigo de su época de «esplendor»: en realidad de la pauta de consumo de masas de la segunda posguerra mundial— deja consolidado un repertorio de estilos de vida que borran las formas de identidad del momento del capitalismo de producción, y las sustituyen por otras más versátiles y, por cercanas, menos reflexionadas.

Estas nuevas formas de troquelado de la cultura tienen tres procedimientos de estructuración: el *carácter improductivo* del consumo, el *triumfo del simulacro* y la construcción de una idea del *sujeto como carente de límites*. El primero se puede caracterizar como la evidencia de que el consumir no tiene meta alguna fuera de sí mismo, idea que fue anticipada por los primeros estudiosos de la sociedad de consumo elitista (Veblen, Simmel), es decir: se trata del proceso de implantación del consumo improductivo (Mauss, Bataille) como referente e imaginario común. El segundo proceso es el triunfo del simulacro: si la cultura del con-

sumo produce extrañeza y vértigo es precisamente porque el peso importante que tenía «lo protésico», tal como Freud lo detectó, parece ahora haber cerrado un ciclo fatal: lo que era consumido como «semejante a lo natural» (primera definición de simulacro y de mimesis) ha sido superado por lo consumible «porque sustituye a lo natural», porque es «más real que lo real». El tercer proceso es la progresiva ausencia de límites del sujeto consumidor: a fuerza de reclamarle como interlocutor de un proceso que renueva continuamente las cosas, que todo se da en un tiempo inmediato –el tiempo del deseo– pareciera que el roce con los objetos, marcas y signos del consumo hacen del sujeto consumidor un sujeto que no concibe ni acepta límites y, por ello, se entiende a sí mismo como difícil de colmar salvo por esa frenética oferta renovada que cada día llama a su puerta.

Estos tres procesos generales se ven reforzados con tres mecanismos de estructuración ideológica y conceptual. El primero es la *segmentación* que circula como una operación conceptual (casi meramente metodológica) pero que tiene efecto en la ideología, es decir en la autopercepción de los sujetos, en la medida en que en apariencia no hay un modelo estándar, ni estable, de consumidor: ni las clases, ni la posición de status, ni las categorías

de la producción parecen poder contenernos, pertenecer a un segmento o a segmentaciones mudables es nuestro remanso efímero pero imprescindible. El segundo es la *exclusión*: el efecto de la construcción de simulacros diferenciadores acaba por producir un efecto real: marca barreras de acceso a los nuevos bienes, establece diferencias cuasinaturales –este es el efecto del simulacro– entre grupos de sujetos, entre mundos de vida, entre áreas geopolíticas, ya para siempre (según la ley natural del pensamiento único) segregados, diferenciados, no equiparables. El tercer mecanismo es la *dene-gación*: la incapacidad de reconocimiento de los límites y de los recursos de los propios sujetos, frente a la tendencia fusional o psicotizante del universo del consumo.

En estas señales del malestar (habría que decir ya de la «incontención» o *incontinencia*) en la cultura del consumo masivo y excluyente, propongo, pues, distinguir tres procesos sociales que se dan y se perciben en las formas del saber hacer cotidiano de las y los consumidores; en correlato con ellos señalo las tres figuras ideológicas que los acompañan y refuerzan: figuras ideológicas que circulan tanto entre los públicos consumidores como, a veces y de manera inadvertida –vamos a ser elegantes–, entre los estudiosos de los procesos del consumo.

Figura 2. Procesos sociales y figuras ideológicas del actual malestar en la cultura

Proceso de la cultura del consumo	Figura ideológica
Consumo no productivo	Segmentación
Triunfo del simulacro	Exclusión
Denegación de los límites del sujeto	Psicotización o colmo imaginario

LA CONSOLIDACIÓN DEL CONSUMO NO PRODUCTIVO: LA SEGMENTACIÓN

La marca del *consumo no productivo* como central en esta cultura es de larga duración. Analizando autores como Veblen, Simmel o el mismo Bataille, encontramos ricas formulaciones de una tendencia que supone, en principio una anomalía aparente, pero que, a medida que

los procesos de comunicación y distribución se desarrollan, pasa a ser condición de la sociedad y la cultura: renueva radicalmente las prácticas cotidianas y muda la autoconcepción de la sociedad. Consumir es meta y no procedimiento previo, es el momento acentuado de la historia de las sociedades (dicen los que recuperan a Mauss y su perspicaz lectura de las sociedades, de consumo no productivo, «preindustriales») y no el conjunto de los momentos vacíos.

Por la vía de ese consumo conspicuo (Veblen) o del reconocimiento de la reflexividad del consumo como formador de clase o de estilo (Simmel, Weber) se instaura una mentalidad que desarrolla la mimesis social que luego comportará la sociedad de consumo de masas. La consolidación de esta práctica no meditada, racionalizada luego (a petición del investigador, a la fuerza de las crisis cotidianas), pinta un panorama en el que el consumo no productivo no es condición de estilo, sino un proceso sin discurso, autorreferido, o, las más de las veces objeto de denegación: esto es capacidad de tomar como real lo que no es más que un poder «que se supone»²⁰.

La racionalización en que consisten los discursos del consumo, se precisa sobre todo en estas décadas más recientes (a partir de la globalización monetarista más evidente a partir de los ochenta), pues se habla para denegar, es decir para hallar razones ficticias pero que se imponen como legitimación de los nuevos microsegmentos y macroexclusiones de la vida cotidiana.

El rasgo que intensifica esta tendencia hasta convertirla en un emergente es la redefinición de los procesos e identidades del trabajo respecto de las cuales la pauta de consumo no productivo se fue implantando y adquirió sentido, un sentido incluso transgresor, en más de una acepción. No es que se haya quebrado —para desdibujamiento del narcisismo de Baudrillard— un nuevo espejo de la producción, con los años de mala suerte que el agüero pronostica. Es que no hay espejo del consumo. O no hay un espejo del consumo (un universo homogéneo y estable). Hay espejos segmentados (tampoco creo que podamos decir fragmentados, incluyendo una imagen de carácter azaroso, son fragmentos con tienen una lógica, un orden: la de la clasificación y la segmentación) que pretenden marcar espacios relativamente marcados de necesidades, expectativas, incluso de afinidad con marcas y metamarcas.

Los segmentos se construyen en el proceso de indagación y de planificación, desde el intento de captar rasgos comunes en las pautas y hábitos (acepción 1 de la cultura) del consumo: la creencia que sustenta esta operación es de base conductista, atomizadora. Pero de ella se ha ido pasando, en un proceso que en España data al menos de finales de los setenta, a dar prioridad a los significantes generales: a la

segmentación por el diferente uso que se hace de los diferentes modos de representación (acepción 2): la pregunta que orienta la clasificación es qué modelos ideológicos comparten las o los que consumen determinadas publicaciones o productos de hogar o financieros, o...Y generalmente nos quedamos a las puertas de la acepción tercera: qué tipo de sujetos configuran tales pautas e ideologías.

La segmentación tiene su origen en la transposición del modelo geométrico a la construcción de categorías de análisis sociológico. Intervalos (rangos o cohortes de sujetos individualizados), períodos (marcas estructurales que cristalizan de un modo y luego, de forma discontinua dan lugar a otra formación o etapa de una marca, de una práctica) y segmentos (conjuntos de rasgos que permiten identificar clasificando a los grupos de sujetos que comparten una actividad o categoría que se pone en funcionamiento al construir tal conjunto) son tres conceptos metodológicos de tratar de ordenar la mirada del flujo caótico y a veces caprichoso de las actividades y pasividades del consumo. Nombrarlos así puede parecer una obviedad salvo que notemos la abundancia de ocurrencias del concepto segmento en los estudios del mercado y de la cultura del consumo.

No se trata de negar la operatividad de las construcciones que no ignoran que lo son, sino de mostrar los efectos disciplinantes de este emergente. Es claro que quien segmenta para excluir no es, en primer lugar, quien investiga. Hay procedimientos de filtro económico y de prefiguración de nuevas identidades que despojan de los rasgos del grupo concreto y crean barreras que se legitiman ideológicamente (como lo prudente o lo sensato según leyes intocables, «evidentes» del sistema, o de los tiempos) y estos procesos de uniformización no son fruto de la investigación social del consumo o de los mercados. Pero sí acompaña el implícito de formar nuevas identidades que no atienden al decir de los sujetos consumidores mismos, cuando estos se salen de la tarea (sea la cumplimentación de un pretest, o incluso la producción discursiva en grupos directivos).

La segmentación proporciona identidades «de mercado» con el fin de suturar o encubrir las quiebras de las identidades del capitalismo de producción. Y a cambio de este efecto —que puede cosificar o estereotipar aún más el discurso social— se produce una denegación de las

identidades en conflicto que los sujetos, encuadrables en tantos segmentos cuantas marcas de filtro ponga el planificador o el comunicólogo, contienen o exhiben en síntomas no fácilmente etiquetables ni sufribles.

Segmentar es conocer por exclusión. No atiende este procedimiento a la característica de sujeto versátil, contradictorio, o –por tributar al modelo– aleatorio de los grupos sociales concretos. Los segmentos proceden por despojamiento de la cualidad de sujeto activo. O al menos entienden el consumo como mera recepción de bienes prefigurados que los «actos de compra» se limitan a «encajar» en sus «lugares naturales» (las metáforas de los «nichos de mercado» o las acepciones superficiales de los «estilos de vida» son claras señales de esta reducción).

Pero segmentar supone también poner orden –el de las partes de la circunferencia, los segmentos que equidistan de un centro– allí donde hay elementos de caos, de invención (que no es un procedimiento de laboratorio) de formas no previstas de vida. Segmentar es conjurar las quiebras para que el núcleo se reproduzca y sea más capaz de correr tras el señuelo de lo «nuevo». Segmentar es disponer una teoría de las necesidades en estado práctico para marcar las cuotas de la ayuda del estado asistencial.

A fuerza de colocar a cada cual «según una escala de necesidades –fruto de la planificación del mercado, administras por la nueva burocracia– (dictadas, se dice, por los recursos escasos, sin decir que lo son «para esto» pero no para otras metas) se produce una segmentación excluyente («ellos no lo necesitan, o no lo aprecian, o no están acostumbrados a tanto, y además quién te dice a ti que no son más felices así»).

EL TRIUNFO DEL SIMULACRO: LA EXCLUSIÓN

El origen de la visión crítica de la sociedad de consumo tiene uno de sus puntales en la construcción de la teoría del *fetichismo de la mercancía* por parte de Marx. El fetiche, palabra testigo de estas miradas sobre la sociedad del consumo conspicuo (Veblen) le lleva a sociólogos, antropólogos y al propio Freud a suponer una mediación en todos los intercambios afectivos, sociales y económicos a cargo

de signos que adoptan la forma del jeroglífico social: que no son transparentes, y que prometen, con su posesión el control de la totalidad. Esa es la base argumental del fetichismo: nos intercambiamos objetos-signos cuya característica es ocultar su proceso de producción (la naturalización de la que habló Barthes²¹) y cuya lógica es la de la metonimia: dar la parte por el todo. Con el progresivo cúmulo de tecnología, prefiguración de mercados y de objetos, el desplazamiento parece de la segunda tendencia que llamamos de la exclusión tiene como base una variante de la figura del fetiche: el simulacro. Este se consolida como modelo y canon del intercambio (como en el capitalismo de producción y en su crisis lo era el fetichismo) El simulacro y su lógica implica la ocultación definitiva no sólo del proceso de producción y sus agentes, sino del sujeto del consumo y su potencial de receptividad crítica: el objeto se presenta como dotado inmediatamente de la capacidad de colmar necesidades, deseos, carencias y límites constitutivos de la condición humana, de los sujetos consumidores.

La sustitución progresiva del fetiche por el simulacro supone una tendencia mayor en el plano de las representaciones. No se trata tanto de dos lógicas contrapuestas, o de que el simulacro (la producción de símiles que sustituyen y niegan, borran el posible original) obedezca a un proceso diverso de la enajenación implícita en el proceso del fetichismo. Lo llamativo es que en el universo de los objetos representados el valor (metonímico) del fetiche: poseer el objeto es la prenda de algún poder o prestigio, se oculta bajo el carácter de «invención» de «novedad», de «más real que la realidad» (metáfora) que impone el simulacro.

La hipótesis inicial según la cual los objetos de la cultura del consumo presentan constitutivamente la característica de fetiches, se verifica y desplaza en los estadios más recientes de nuestras sociedades consumistas. La lógica del simulacro se presenta con su característica primera –en el discurso ideológico– de realidad en sí misma. No deja otro lugar, el del reverso de su proceso de producción, el de los discursos de recepción que elaboran los consumidores, desde el que ejercer la distancia y la crítica. Su pudiésemos reducir sus relatos a una clave, sería esta: la realidad (simulada) es lo real. No hay otras visiones o acepciones que puedan cuestionar lo

que hay, ni desde su génesis (la historia de la civilización encubre historias de barbarie –dicho de W. Benjamin), ni desde su destino (la instalación presentista del simulacro no deja ver el después), ni desde la pluralidad de los receptores-consumidores. El sujeto del consumo queda reducido, para esta visión, en la etiqueta o estigma que lo ha apresado (viejo pensionista, parado de larga duración, madura o maduro susceptible de plan de pensiones, niña o niño de colegio selectivo, políglota y de ocio multiprogramado) con independencia –pero eso sería lo no «simulado», lo que no cabe en la simulación reductora que es el simulacro– de que sea, haga y quiera, cada cual otras muchas cosas.

La exclusión tiene dos acepciones. La primera es la formación de un cuerpo de consumidores (que Vázquez Montalbán designó con el orwelliano nombre del el *Gran Consumidor*) que pugnan por colmar(se) las expectativas de la altamente normativa y tremendamente movediza secuencia de la estilización de marcas y productos marcados, frente a una humanidad que mayoritariamente está en la periferia de tal vanguardia: en otro mundo. La impresión más común es que los flujos entre el primer núcleo y la mayoría marginada –por retomar el brillante título de Basaglia– son débiles: tienen los filtros continuos de la selección, la precarización y las clasificaciones asistenciales.

La segunda es la que anunciábamos antes: se trata de la exclusión respecto del hacer, del proceso, de la contingencia y de las contradicciones de la vida cotidiana. Exclusión respecto de la experiencia, de la praxis: quien está incluido en el etiquetado –potencialmente todos, al menos esto pretende el discurso consumidor actual– no ha de reconocer ni hacer sino lo que está previsto en los simulacros de las secuencias: de edad, de género, de clase, de etnia, de hábitat.

LA DENEGACIÓN DE LOS LÍMITES: PSICOTIZACIÓN O COLMO IMAGINARIO

La publicidad dirigida a rodear el colmo, a colmar imaginariamente el deseo suscitado y sostenido, produce un efecto de saturación. Para empezar, la saturación de sus códigos,

que ha sido objeto de numerosos debates especializados o, simplemente, atentos. Pero también la saturación que sigue prometiendo como significante mayor, bajo el nombre de la satisfacción de las necesidades, de los deseos.

Es quizá una señal de este escenario la desaparición del discurso de la necesidad y la tergiversación elitista de la necesidad y el deseo.

Otra de las operaciones tiene que ver con la denegación del sujeto social, como sujeto peculiar. La transformación sigue a la ya señalada en numerosas ocasiones del individualismo como lugar de sujeto. Los cierres del sujeto en el armazón del individuo dan ahora para pensar son sólo en una operación de contabilidad de electores –consumidores (como ya vio el perspicaz Habermas de *La crisis de legitimación en el capitalismo tardío*) sino en un final de ciclo y en el surgimiento de una nueva figura: no la del individualismo posesivo (McPherson) que designaba el ciudadano burgués protocapitalista poseedor de recursos, rentas y libertades formales del individualismo desposeído– desarrollar) sino la del *individualismo desposeído*.

El proceso consiste en negar los rasgos de lo peculiar para formar un destinatario uniforme –individualizado: en las representaciones que construyen el repertorio de la publicidad y las imágenes de los medios, hay ese proceso de estilización: tú ya no eres una pluralidad de redes de relación, una historia que haces, sino que eres un interlocutor de tipo mónada: un yo predispuesto. «Especialistas en ti» (sea cualquiera tu avatar, su carencia o tu recurso). La siguiente manifestación consiste en, una vez extraído de la red de relaciones vitales, reinsertarse en un *segmento*: el constructo heurístico –que como tal permite describir y conocer– acaba por reificarse, por hacerse simulacro de sujeto.

Y ese itinerario concluye, como síntoma presente, en la manifestación más evidente de un universo de objetos que se presentan como *capaces de colmar, de saturar el déficit constitutivo del sujeto humano*. En términos de linaje psicoanalítico: se evita el reconocimiento de la finitud. Se *deniegan los límites*, se tapa el ciclo vital, la muerte es tabú o espectáculo hiperrealista que se da en consumo de imaginarias en las que no hay sujeto social ni personal que las apropie. Lo que vemos –el deterioro– no lo podemos representar.

Y no se trata sólo de mitos del mercado que sobrerepresentan las edades —como el mandato de la juvenilización de la sociedad, cuya fórmula ya hemos referido: se arrebatan a un colectivo de sujetos sus atributos y amalgamados en un imaginario (lo joven) se distribuyen como bien consumible en el mercado, incluso los que en realidad son jóvenes deben «comprar» (o ponerse o representar o acercarse a) tales signos para poder ser reconocidos. No es sólo que se borran las señales de la maduración, o que esas sólo pueden darse en el hueco de la gran exclusión (allí donde la gente vive y envejece o enferma y sufre, o goza de otro modo, o...) es que se borran las señales filogenéticas, colectivas: la memoria de la exclusión y la vivacidad del encierro que supone la nueva segmentación.

A MODO DE COROLARIO

El recorrido por las formas del malestar en la cultura del consumo es un proceso abierto cuyas señales están dispuestas en un sinfín de escenarios cotidianos. Contardo Calligaris advirtió hace tiempo de la nueva cultura psicotizadora porque genera sujetos que esperan ser colmados por la omnipotencia de los signos (de la «inclusión»).

El sujeto del consumo desterritorializado, sacado de sus redes de pertenencia por la lógica de la segmentación, entra en un nuevo perfil que le da una aparente consistencia, al menos en las formas de identificación de los segmentos-estilos de vida. Pero este desplazamiento no se da sin conflicto: el normativismo de la nueva referencia cobra un coste muy elevado. El simulacro alivia la tensión que supone atender de forma vigilante a su proceso mismo de producción, a los procesos traumáticos de producción de las identidades, pero muestra su envés, cuando lo energético (la pérdida, la guerra, la gran migración) roe el signo aparentemente perfecto —en realidad simulación apuntalada.

Por eso una sociología del consumo es inevitablemente una sociología política que sí puede ya atreverse a decir su nombre. Por eso conviene seguir con muchísima atención las tendencias pero, sobre todo, lo que emerge, la señal de lo que estamos denegando, y darnos la voz mutuamente.

NOTAS

¹ El presente texto surge como continuación de un trabajo «El malestar en la cultura», que desarrollé en el marco del Seminario de la Asociación Psicoanalítica de Madrid, Alcalá de Henares, Marzo 2001. En su segunda parte incorporo y desarrollo algunas tesis de mi texto «Tendencias y emergentes de la cultura del consumo», *Documentación Social*, n.º 111, abril-junio, 1998.

² J. M. Marinas, *La fábula del bazar: orígenes de la cultura del consumo*, Machado Libros, Madrid 2002.

³ Schwartz, J., *La hija de Casandra. Una historia del psicoanálisis en Europa y América*, Síntesis, Madrid, 2000, pp. 151 y ss.

⁴ Cito por la edición de Alianza Editorial, Madrid, 1970.

⁵ Benjamin, W., «El narrador», en *Iluminaciones IV*, Madrid, Taurus, 1988.

⁶ Gay, P., *Freud. Una vida de nuestro tiempo*, Paidós, Barcelona, 1988, p. 605.

⁷ Gay, P., *ibid.*

⁸ S. Freud, *Fragmento de un análisis de histeria (Dora)* (1905). En él Freud afirma que los psicoanalistas están obligados a prestar tanta atención en sus clases clínicas «a las condiciones puramente humanas y sociales» de sus pacientes como a las somatizaciones y a los síntomas de la perturbación. Puede verse al respecto mi trabajo, «Construction sociale de l'inconscient et politique du destin», en *Logos-Ananké*, París, n.º 2-3, 2000, pp. 26-53.

⁹ Gárate, I., «Resucitar el estatuto teórico del psicoanálisis», *Boletín de la Institución Libre de Enseñanza*, n.º 4, Madrid, 1988, pp. 20 y ss.

¹⁰ C. Schorske, *Viena fin-de-siècle*, G. Gil, Barcelona, 1985. J. Riedl, *Viena infame y genial*, Muchnick, Barcelona, 1996.

¹¹ *Edición crítica de la correspondencia de Freud*. A cargo de Nicolás Caparrós, Tomo I, Quipú Ediciones, Madrid, 1995.

¹² Ver a este respecto *Viena y Manchester. Correspondencia entre Sigmund Freud y su sobrino Sam*, Editorial Síntesis, Madrid, 2000.

¹³ Cuando, hablando con Jung recuerda a Adler, recuerda también la vigilancia que él mismo, Freud, prestó ante la idea de que las pulsiones no son *prima facie* sexuales: los enemigos de las tesis del lugar central de la sexualidad podrían aprovechar esta discrepancia, de no mediar Freud, en la doctrina expuesta. Vid. J. Schwartz, o.c. p. 136.

¹⁴ AAVV., *Consuming Desire*, Sage, Londres, 1992.

¹⁵ *El malestar en la cultura*, o.c., p. 73.

¹⁶ *El malestar*, o.c. fragmento 8, p. 75.

¹⁷ Esta secuencia le lleva a Baumann a reducir —a mi juicio sin matiz bastante— crítica de la cultura a crítica de la modernidad. Vid. *La posmodernidad y sus descontentos*. Akal, Madrid, 2001.

¹⁸ Carlos Gómez en su *Freud, crítico de la ilustración*, Crítica, Barcelona, 1998, desarrolla las implicaciones morales de esta posición.

¹⁹ Ver J.M. Marinas: *Una razón que se atreve*. Morelia, México, octubre 2000, 1er. Congreso Iberoamericano de Filosofía de la Ciencia y la Tecnología.

²⁰ Sin forzar los términos, puede equiparse este proceso con la *Verleugnung*, de que habla Freud: se trata de una *renegación* —así la hemos traducido en nuestro

Lacan en castellano, Gárate, I. y Marinas, J.M., Ed. Quipú, 1996—. La doctrina freudiana lo define como un nudo en el proceso de formación de cada cual: se atribuye la presencia real de falo en la madre, es decir: se afirma de tal modo la primacía del falo que aun cuando se ve que no hay se reniega de la propia visión y se afirma que existe. El concepto puede vernimos bien, posiblemente, para caracterizar nuestra relación con la ideología que consiste en *renegar* (afirmar lo contrario de lo que hemos visto) de nuestras intuiciones o evidencias: aunque atisbamos que no es cierto que haya un poder de definir así y no de otro modo la realidad, sostenemos la presencia de ese poder, quizá porque decir que no lo hay, afirmar no verlo, encierra un riesgo... Así, al nombrar procesos de explotación, discutir la conveniencia de tal o cual novísimo objeto, moda o proceso de masificación y exclusión, topamos con la racionalización realista: la que nos hace decaer de lo que de verdad vemos.

²¹ R. Barthes, *Mithologies*, Seuil, 1970.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, R. (1970): *Mithologies*, Seuil, París.
- BATAILLE, G. (1978): «La noción de gasto», en *La parte maldita. La experiencia interior*, Madrid, Taurus.
- BAUMAN, Z. (2001): *La posmodernidad y sus descontentos*. Madrid, Akal.
- BENJAMIN, W. (1986): *Das Passagen Werk*, Frankfurt, O.C., Suhrkamp, vol. V.
- (1988): «El narrador», en *Iluminaciones IV*, Madrid, Taurus.
- BIRKEN, L. (1988): *Consuming Desire. Sexual Science and The Emergence of a Culture of Abundance, 1871-1914*, Cornwell University, p. 24 y ss.
- CALLIGARIS, C. (1986): *Perversão – um laço social?*, Salvador, Cooperativa Cultural J. Lacan.
- (1990): «A sedução totalitária» in *Clínica do social*, São Paulo, Escuta.
- *Recherche sur la perversion comme pathologie sociale. La passion de l'instrumentalité*, Thèse pour le Doctorat Nouveau Régime en Lettres et Sciences.
- HUMAINES (1993): Marseille, Université de Provence Aix-Marseille.
- GÁRATE, I. (1988): «Resucitar el estatuto teórico del psicoanálisis», *Boletín de la Institución Libre de Enseñanza*, n.º 4, Madrid, pp. 20 y ss.
- GÁRATE, I. y MARINAS, J.M. (1996): *Lacan en castellano: tránsito razonado por algunas voces*, Madrid, Quipú.
- FREUD, S. (1970): *El malestar en la cultura*, Madrid, Alianza Editorial.
- (2000): *Viena y Manchester. Correspondencia entre Sigmund Freud y su sobrino Sam*, Madrid, Editorial Síntesis.
- (1995): *Edición crítica de la correspondencia de Freud*. A cargo de Nicolás Caparrós, Tomo I, Madrid, Quipú Ediciones.
- GAY, P. (1988): *Freud. Una vida de nuestro tiempo*, Barcelona, Paidós.
- GÓMEZ, C. (1998): *Freud, crítico de la ilustración*, Barcelona, Crítica.
- MARINAS, J. M. (1998): «Tendencias y emergentes de la cultura del consumo», *Documentación Social*, n.º 111, abril-junio.
- (2000): «Construction sociale de l'inconscient et politique du destin», en *Logos-Ananké*, París, n.º 2-3, pp. 26-53.
- (2002): *La fábula del bazar: orígenes de la cultura del consumo*, Madrid, Machado Libros.
- MAUSS, M. (1980): «Ensayo sobre los dones», en *Sociología y Antropología*, Madrid, Tecnos.
- RIEDL, J. (1996): *Viena infame y genial*, Barcelona, Muchnick.
- SCHORSKE, C. (1985): *Viena fin-de-siècle*, Barcelona, G. Gili.
- SCHWARTZ, J. (2000): *La hija de Casandra. Una historia del psicoanálisis en Europa y América*, Madrid, Síntesis, pp. 151 y ss.
- SIMMEL, G. (1999): *Cultura femenina y otros ensayos*, Madrid, Alba.
- VEBLEN, T. (1972): *Teoría de la clase ociosa*, México, Fondo de Cultura Económica.