

# ¿Qué tienen en común Jacques Lacan y Don Draper?

*Mad Men* | AMC | 2007-2015

Jorge Pablo Assef\*

Universidad Nacional de Córdoba

Recibido: 22 de enero 2016; aprobado: 20 de febrero 2016

## Resumen

Tanto en el caso de Freud como en el de Lacan, ambos supieron reconocer y adaptar su estudio a los desafíos que la experiencia clínica les presentaba, efectivamente a medida que estudiaban y desarrollaban su obra teórica, el siglo iba cambiando. Los analistas siempre somos testigos de esos cambios, vemos que las viejas dolencias de las señoritas victorianas que consultaban a Freud, no tienen mucha relación con las demandas más comunes de la actualidad. Bien, partimos de reconocer entonces que la clínica ha cambiado porque la subjetividad ha cambiado, por lo tanto también es conveniente reconocer que los modos de representación y ficcionalización de los temas de la época también han cambiado. Entre los nuevos modos de representación contemporáneos encontramos el lugar privilegiado de las Series de TV. El presente artículo retoma a partir de la serie *Mad Men* algunas características de la clínica contemporánea, las cuales ya estaban elucidadas en la enseñanza de Lacan.

**Palabras claves:** Síntoma | época | goce | series de tv.

**What do Jacques Lacan and Jon Draper have in common?**

## Abstract

One as much as the other, both Freud and Lacan knew how to recognize and adapt their studies to the challenges that the clinical experience presented, as while they studied and developed their theoretical work the century kept on changing. As psychoanalysts we are always witnesses of such changes, we see that the ladies' illnesses from Victorian times that sought help from Freud have not much in common to most frequent demands at present. Therefore, we acknowledge that clinic has changed because subjectivity has changed as well. Thus, it is convenient to recognize that the ways in which the topics of current times are represented and fictionalized have also changed. Amongst these new ways of representation, we find TV series in a privileged position. This article, based on the *Mad Men* series, picks up on some characteristics of contemporary clinic that Lacan had already shed light on in his teaching.

**Keywords:** Symptom | era | enjoyment | TV series.

## Introducción

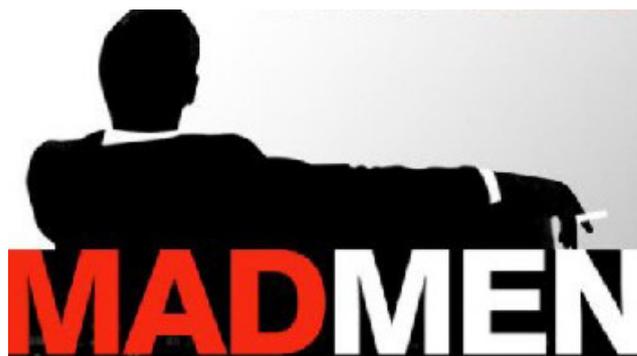
Freud tuvo dos momentos para desarrollar su concepto de síntoma, lo descubrió gracias a las histéricas, y por ellas se dio cuenta que aquello que no se podía decir en la cultura victoriana terminaba expresándose de otro modo, luego advirtió que el mecanismo no se terminaba allí y escribió *Inhibición Síntoma y Angustia* para repensar la teoría del síntoma a partir de ese núcleo del síntoma que resiste a la significación y que el sujeto no cesa de repetir. Lacan también construyó la noción del síntoma en varios tiempos, partió de Freud y sirviéndose de la lingüística expli-

có el síntoma como una palabra amordazada, luego continuó desarrollando esta noción a lo largo de 30 años de trabajo, lo cual complejizó dicho concepto. Tanto en el caso de Freud como en el de Lacan, ambos supieron reconocer y adaptar su estudio a los desafíos que la experiencia clínica les presentaba, efectivamente a medida que estudiaban y desarrollaban su obra teórica, el siglo iba cambiando. Los analistas siempre somos testigos de esos cambios, vemos que las viejas dolencias de las señoritas victorianas que consultaban a Freud, no tienen mucha relación con las demandas más comunes de la actualidad: no poder parar de comer, de comprar, de masturbarse, de jugar

\* jorgepabloassef@hotmail.com

a la *play*; provocarse el vómito, cortarse la piel, sentir ataques de ahogos, impulsos violentos, dolores en el cuerpo, tener que beber demasiado para relacionarse con otros, encerrarse con el porno buscando satisfacción, ponerse una placa en la boca para controlar el bruxismo... son algunas de las razones que llevan a la gente a consultar a un psicoanalista hoy en día. Bien, si tenemos que reconocer entonces que la clínica ha cambiado porque la subjetividad ha cambiado, también es conveniente reconocer que los modos de representación y ficcionalización de los temas de la época también han cambiado. En este contexto es que encontramos a las Series de TV como esos productos particularmente masivos que exploran nuestro tiempo. Al respecto, la psicoanalista europea Veronique Voruz sostiene: *Así, Tony Soprano es una muñeca (...) de Marlon Brando en el Padrino mientras su psiquiatra, la Dra. Melfi, para hacerle frente se vuelca al alcohol y las pastillas (The Sopranos). Paul Weston, el analista de In Treatment, cae en el juego erotómano de una de sus pacientes y se enamora ciegamente de ella, lanza ataques altamente personales a su supervisora Gina y disfruta hablar de sí mismo durante las sesiones de los tratamientos que él conduce. El padre adoptivo de Dexter es policía y le enseña al asesino serial de su hijo un código que le permite matar sin ser atrapado, el "Código de Harry" (Dexter). Edie Falco, interpretando a la enfermera en Nurse Jackie, es una adúltera drogadicta. El genio diagnosticador Gregory House es un cínico misántropo adicto a los calmantes y cuya única ley es "todos mienten" (Dr. House). En The Wire, la mayoría de quienes están del lado de la ley (policías, políticos, periodistas) son corruptos o sacrifican la ética de su profesión ante la religión de los números. Finalmente en Breaking Bad, Walter White, un profesor de química de escuela secundaria, comienza a cocinar metanfetaminas para proveer a su familia luego de haber sido diagnosticado de cáncer. Madres, padres, profesores, doctores, oficiales de la ley, políticos... Las series de TV nos muestran el detrás de pantalla de las películas de Hollywood.*<sup>1</sup>

Reconociendo entonces que estamos frente a una nueva clínica, utilizaremos la serie de TV *Mad Men*, para pensar la propuesta que hace Jacques-Alain Miller al sostener que nuestra tarea es extraer de la enseñanza de Lacan las herramientas que nos permiten enfrentar las demandas de hoy y alojarlas en un dispositivo que ya no es el de Freud. Porque si los síntomas ya no son los mismos, el psicoanálisis tampoco.



### La noción de síntoma en Lacan y la clínica actual

En el primer tiempo de su enseñanza Lacan articuló el síntoma directamente a la lógica significante como una metáfora que entraña una verdad amordazada, por ejemplo en el texto *Variantes de la Cura* tipo de 1955 podemos leer: *El síntoma es el retorno de lo reprimido en el compromiso, y que la represión aquí como en cualquier otro sitio es censura de la verdad.*<sup>2</sup> Dos años más adelante, en el texto *La instancia de la letra*, Lacan escribe: *El síntoma es una metáfora*<sup>3</sup>. Y nueve años después esta vertiente simbólica del síntoma se mantiene en su obra, en 1966 escribe: *A diferencia del signo, ..., el síntoma no se interpreta sino en el orden del significante. El significante no tiene sentido sino en su relación con otro significante. El síntoma conserva alguna borrosidad por representar alguna irrupción de verdad. De hecho es verdad, por estar hecho de la misma pasta de que está hecha ella, si asentamos materialmente que la verdad es lo que se instaure en la cadena significante.*<sup>4</sup> Sin embargo, a medida que avanza la obra de Lacan vemos desarrollarse otra vertiente de la noción de síntoma en Lacan, lo cual no anula ni descarta la que venimos puntuando sino que la complejiza, esta es la vertiente Real, caracterizada desde Freud como aquella satisfacción pulsional que anida en el síntoma. Esta otra cara del síntoma podemos encontrarla con claridad por ejemplo en el Seminario 11: *Es evidente que la gente con que tratamos, los pacientes, no están satisfechos, como se dice, con lo que son. Y no obstante, sabemos que todo lo que ellos son, lo que viven, aun sus síntomas, tienen que ver con la satisfacción. Satisfacen a algo que sin duda va en contra de lo que podría satisfacerlos, lo satisfacen en el sentido de que cumplen con lo que ese algo exige. No se contentan con su estado, pero aun así, en ese estado de tan poco contento, se contentan. El asunto está justamente en saber qué es ese se que queda allí contentado.*<sup>5</sup>

Ahora podríamos decir que vamos a llamar “Clínica Actual” a aquellos modos de presentación sintomática que se caracterizan por la prevalencia de la satisfacción pulsional por sobre el registro simbólico. Pero lo interesante de esto es que tanto Freud como Lacan, a medida que avanzó su enseñanza se interesaron cada vez más por esta cara del síntoma, la que llamamos la cara real del síntoma, su lado de satisfacción pulsional o de goce. Y esa es la razón por la cual en su clase del 12 de febrero de 1964, Lacan dice: *El análisis, mas que ninguna otra praxis, esta orientado hacia lo que, en la experiencia, es el hueso de lo real.*<sup>6</sup> A partir de aquí, del Seminario 11 podemos decir que la orientación lacaniana es la orientación por lo real, pero no sin lo simbólico, ambas caras del síntomas son fundamentales para pensar la clínica, por eso ya muy cerca del final de su enseñanza, en 1974, durante una entrevista periodística realizada por una revista italiana Lacan lo aclara. Lacan está explicando al periodista sobre síntoma obsesivo de volver una y otra vez a chequear si la canilla esta cerrada y agrega: *No hay píldoras que curen eso, tu tienes que descubrir por qué estas haciendo eso, y conocer lo que eso significa para ti. El neurótico es un ser sufriente que puede ser tratado con el discurso, y sobre todo con su propio discurso. Ellos tienen que hablar, reconocerse y explicarse a si mismos. Freud definía el psicoanálisis como la asunción del sujeto de su propia historia, y eso no esta lejos de ser la asunción de cómo el sujeto esta constituido por un discurso que le viene del Otro. En psicoanálisis, no hay otro remedio, es el discurso, (...) El discurso es la fuerza principal del psicoanálisis.*<sup>7</sup>

### Del Sujeto del Significante al Sujeto de Goce

Entonces, como vemos, a medida que avanza la enseñanza de Lacan el interés por el sujeto constituido por el lenguaje se va desplazando, hacia el interés por el goce.

En octubre de 1966, Lacan viaja a Estados Unidos por primera vez, respondiendo a una invitación para participar en el Simposio Internacional sobre Estructuralismo que se celebra en la ciudad de Baltimore (Maryland), auspiciado por el Centro de Humanidades de la Universidad John Hopkins, y promovido por su amigo René Girard. Durante ese viaje Lacan dictó tres conferencias en diferentes universidades de Estados Unidos, aquella que dictó en Baltimore se tituló: “De la estructura como inmixing del prerrequisito de alteridad para cualquiera

de los otros temas”, lo hizo el 21 de octubre de 1966 y se publicó en 1970 por *The John Hopkins Press*, en un libro que incluye las otras dos conferencias, junto al conjunto de actas del simposio, la publicación fue dirigida por R. Macksey y E. Donato. Tenemos entonces en esa ocasión las siguientes palabras de Lacan: *Cuando venía hacia aquí, esta tarde, vi sobre el pequeño anuncio luminoso el lema «Enjoy con Coca-Cola». Me recordó que en inglés, no hay, creo, un término para designar precisamente a este enorme peso de significado que tiene en francés la palabra jouissance, o en latín, fruor. Busqué en el diccionario la palabra jouir y leí «to possess, to use» [poseer, utilizar], pero no significa eso en absoluto. Si el ser viviente es pensable, será sobre todo como sujeto de la jouissance.*<sup>8</sup>

Resulta muy interesante reparar en que Lacan había sido invitado a un evento internacional sobre estructuralismo, suponemos que se esperaba de él un desarrollo en torno a su gran contribución a las ciencias sociales vinculando el inconsciente al lenguaje, sin embargo Lacan decide focalizar en el aspecto del goce como condición de la subjetividad, el goce, justamente aquella categoría que no puede reducirse a la estructura. Además Lacan decide utilizar un ejemplo cotidiano y coloquial de la vida estadounidense, no es casual el que elige, se trata del fenómeno más estadounidense posible: un cartel publicitario de *Coca-Cola*, esa elección revela no sólo la importancia que tiene la noción de goce para ese momento de su enseñanza, que es justamente el pasaje del Sujeto Dividido a el *Parlêtre*, sino que anuncia también la clave de una era que recién estaba empezando, la nuestra.



### El Universo *Mad Men*

La serie televisiva de la cadena AMC, *Mad Men*, condensa matices claves de la sociedad que refleja y logra sintetizar la complejidad de la década del sesenta, como aquella que cambió la historia de la humanidad

al consagrar el estilo de vida estadounidense como el modelo cultural hegemónico del siglo 21. “Mad Men” era el término del argot acuñado a principios de los ’60 para nombrar a los publicistas que trabajaban en las agencias de publicidad de Madison Av. (Nueva York), la historia comienza en una de ellas, el protagonista es su director creativo, Don Draper, alrededor de él se organizan el resto de los personajes, esposa, tres hijos, amantes, colegas, entre ellos su discípula Peggy. El relato se enmarca en el ascenso a la gloria de la publicidad moderna, cuando el marketing, el imperio de la imagen y el capitalismo de consumo comienzan a modificar la vida de la especie humana. Se suma un componente histórico, a medida que cada eje narrativo avanza lo hace articulado a los acontecimientos sociales de la década de 1960, desde la muerte de Marilyn, pasando por la lucha por los derechos civiles de los afroamericanos, hasta la llegada del hombre a la luna, etc. El protagonista de la historia, Don Draper, es presentado entonces como un genio del ambiente publicitario neoyorkino, su filosofía es simple y puede resumirse en tres de sus frases:

- Lo que llamas amor fue inventado por tipos como yo para vender medias.
- Las personas desean que les digan lo que tienen que hacer, por lo que escucharán a cualquiera.
- La publicidad se basa en una cosa, la felicidad. Y, ¿sabes lo que es la felicidad? El olor de un coche nuevo.

Luego de ocho temporadas que abarcaron una década, la serie llegó a su fin recientemente: 2015. En la última temporada *Mad Men* consigue representar aquel factor fundamental de la cultura de los años sesenta que fue la idealización del concepto de “soberanía individual”. Ésta ideología es la que Don Draper ha logrado captar mejor que nadie: si el sujeto es libre y tiene derecho a gozar de lo que quiera, la mayor aptitud de Don es justamente poner esa idea al servicio del mercado. En el último capítulo de la serie, Don, luego de una crisis personal que lo empujó a salir a la ruta sin destino, termina en una comunidad terapéutica hippie de California; desde allí llama a su colega más querida, Peggy, quien le dice: Se que te hartas de las cosas y huyes, pero puedes volver, ¿acaso no quieres trabajar para *Coca-Cola*?. Don le responde: *No puedo, lo he arruinado todo...*, minutos después entra a una sesión de terapia grupal. En la secuencia siguiente se puede ver a Don en ronda con otras personas, meditando bajo el sol, guiados por un hombre que al modo de maestro les dice: *El nuevo día nos da una nueva esperanza, las vidas que hemos llevado, las vidas que aún hemos de llevar. Un*

*nuevo día, nuevas ideas, un nuevo tu, Ommm*, Don sentado sobre el césped, los ojos cerrados, repite el mantra, la cámara hace un primer plano, Don sonríe. Inmediatamente después aparece una publicidad real, se trata de un aviso televisivo llamado *Coca-Cola Hilltop*, filmado en una montaña Italia en 1971, una multitud interracial de jóvenes de melenas largas, camisas batik, binchas de colores y pantalones oxford, cantan: *Me gustaría enseñarle al mundo a cantar, a vivir en perfecta armonía, me gustaría, comprarle al mundo una Coca-Cola y hacerle compañía. Lo que auténticamente quiere el mundo es Coca-Cola*, termina la canción, y con ella tenemos el final de la serie.



Después de los debates en torno a este final, durante un seminario sobre *Mad Men* dictado en la Biblioteca Pública de Nueva York, su creador, Matthew Weiner, evitó definirse sobre si Don regresa a su trabajo y transforma su experiencia comunitaria en un comercial para vender gaseosas. Pero más allá de la serie, este final nos permite deducir lo que *Coca-Cola* hizo con la Era de Acuario, y a su vez descubrir un punto muy interesante en el cual Don Draper y Jacques Lacan se encontraron allá en los años sesenta: una *Coca-Cola*, de ninguna manera podemos considerarlo una casualidad.

### El ascenso del Objeto al cenit

Lo que nos muestra *Mad Men*, es ese proceso histórico que nos lleva a una nueva forma de capitalismo, sin la estructura jerárquica fordista del proceso de producción organizada en redes fundadas en la iniciativa de los empleados y concentradas en la satisfacción del cliente. Pasamos del capitalismo de producción a un capitalismo de consumo. Forma de funcionamiento social que promueve un estilo subjetivo que básicamente se basa en el consumo como actividad principal del sujeto. Esto es

lo que nos lleva a comprender por qué Lacan en 1970, en una entrevista radial, que se publicó como *Radifonía*, anuncia que pronto todos serán lacanianos, y dice: *Bastaría el ascenso al cenit social del objeto llamado por mí a minúscula (...) porque cuando ya no se sabe a qué santo encomendarse (...) se compra cualquier cosa.*<sup>9</sup>



Según nuestro recorrido tenemos entonces, una condición intrínseca del *parlêtre*, nos referimos a su ser goce, quiere gozar. Luego tenemos el nuevo orden del simbólico a partir de la promoción del objeto al cenit social, tal como lo impulsa el discurso capitalista. Así llegamos a una combinación de elementos que nos conducen a las presentaciones clínicas de nuestra época. Ahora de lo que se trata entonces es de pensar qué tipos de síntomas, o de fenómenos subjetivos promueve este nuevo orden simbólico, y lo primero que podemos localizar es el surgimiento desenfrenado de las adicciones, que se trata justamente la dependencia del sujeto a algún objeto de consumo que ofrece el mercado. De algún modo Lacan lo vio venir, en su seminario número 17 decía: *Ya les he hablado bastante de ello como para que sepan que el goce es el tonel de las Danaides y que, una vez que se entra, no se sabe hasta donde va. Se empieza con las cosqui-*

*llas y se acaba en la parrilla. Esto también es goce.*<sup>10</sup> Cuatro años después, en una conferencia de prensa en Roma, completaba la idea con el ejemplo de uno de los objetos de consumo más cotidianos de nuestra vida: *Hasta ahora solo tenemos como resultado gadgets. Se manda un cohete a la luna, tenemos la televisión, etc. Eso nos come, pero nos come mediante cosas que remueve en nosotros. Por algo la televisión es devoradora.*<sup>11</sup>

## La actualidad del psicoanálisis

Dijimos anteriormente que podríamos llamar “Clínica Actual” a aquella organizada en torno al imperativo de goce, una clínica, por lo tanto, acorde a una subjetividad organizada por el ascenso del objeto al cenit y la caída del Otro. La pregunta entonces es: ¿El psicoanálisis quedó obsoleto si ya no tenemos más Elizabeth Von R que nos consulten? La respuesta es que no, porque tal como puede seguirse en este breve desarrollo, las herramientas que el psicoanálisis nos brinda a lo largo de la enseñanza de Lacan es absolutamente actual. De el “síntoma metáfora” (1955) a la “parrilla” (1972), llegando a la últimísima enseñanza toda la orientación de la clínica lacaniana se ha despedido del tratamiento del síntoma a través de la búsqueda de la verdad reprimida en el desciframiento significativo, y por el contrario se trata de otra verdad la que buscamos aquella singularísima de cada quien, que no puede ser regulada por ningún mercado, para la cual no hay Coca-Cola que alcance, se trata del “para qué” del goce de cada quien: ... *La meta es que el goce confiese, (...) la ley que regula el goce, esa es la verdad buscada.*<sup>12</sup>

<sup>1</sup> Voruz, V. (2015). Nada funciona, Cine y psicoanálisis (p.243). Córdoba: Alsión.

<sup>2</sup> Lacan, J. (1985). Variantes de la Cura, Escritos 1 (p. 344). Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

<sup>3</sup> Lacan, J. (1985). La instancia de la letra, Escritos 1 (p. 508). Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

<sup>4</sup> Lacan, J. (1985). Del Sujeto Por Fin Cuestionado, Escritos 1 (p. 224). Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

<sup>5</sup> Lacan, J. (1995). Los cuatro conceptos Fundamentales del Psicoanálisis. El Seminario. Libro 11 (p. 173). Buenos Aires: Paidós.

<sup>6</sup> Lacan, J. (1995). Los cuatro conceptos Fundamentales del Psicoanálisis. El Seminario. Libro 11 (p. 61). Buenos Aires: Paidós.

<sup>7</sup> Lacan, J. (2015). Freud Forever: An interview with Panorama. Hurly-Burly N°12 (p. 15). France: The Freudian Field by New Lacanian School.

<sup>8</sup> Lacan, J. (1970). Of Structure as an Immixing of an Otherness Prerequisite to Any Subject Whatever, The Languages of Criticism and the Sciences of Man: The structuralist controversy (p. 187). Baltimore: The John Hopkins Press.

<sup>9</sup> Lacan, J. (2012). Radiofonía, Otros Escritos (p. 436). Buenos Aires: Paidós.

<sup>10</sup> Lacan, J. (1992). El reverso del psicoanálisis. El Seminario. Libro 17 (p. 76-77). Buenos Aires: Paidós.

<sup>11</sup> Lacan, J. (2005). El triunfo de la Religión (p.93). Buenos Aires: Paidós.

<sup>12</sup> Lacan, J. (1995). Aún. El Seminario. Libro 20 (p. 111). Buenos Aires: Paidós.