



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 9 – 2ª época - Director: Dr. José Manuel de Pablos Coello, catedrático de Periodismo
Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - Universidad de La Laguna 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España) -
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Investigación

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Gómez, Mariana (2006). La década de los noventa en la Argentina. Ideología y subjetividad en la sociedad menemista. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Recuperado el x de xx de 200x, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200610gomez.htm>

[Revisor/ra: En las últimas décadas, desde las múltiples disciplinas que tratan de comprender la dinámica social, se han desarrollado numerosos esfuerzos por producir una articulación entre los abordajes denominados 'microsocial' y 'macrosocial', desde varias miradas. Entre ellas, vislumbrar el campo de vinculaciones entre la acción del sujeto y la acción colectiva, o analizar los procesos sociales a la luz de producción teórica del campo del sujeto. Este artículo es un inteligente ejemplo de ésta última perspectiva, en el que la autora con indudable consistencia teórica, analiza ciertos procesos sociales (las conductas compulsivas orientadas al consumo) de la década de los '90 en Argentina, utilizando los aportes de algunos conceptos del psicoanálisis lacaniano.]

La década de los noventa en la Argentina. Ideología y subjetividad en la sociedad menemista

The nineties in Argentina. Ideology and subjectivity in the Menemist society

Artículo recibido el 3 de julio de 2006

Sometido a pre-revisión (Comité de Redacción) el 4 de julio de 2006

Enviado a revisión el 5 de julio de 2006

Aceptado el 10 de agosto de 2006

Publicado el 19 de agosto de 2006

Mgter. Mariana Gómez © [C.V.]

Profesora regular de la Facultad de Psicología

Becaria Secretaría Ciencia y Tecnología

Mgter. en Sociosemiótica

Doctoranda en Semiótica

Universidad Nacional de Córdoba, UNC; Argentina

margo@fhyh.unc.edu.ar

Resumen: En este trabajo se presenta una lectura del período argentino denominado "menemismo" desde dos ejes: el concepto de ideología, a partir de los aportes de Voloshinov, Althusser y Zizek y desde la noción lacaniana de "goce". Desde este marco teórico se analiza cómo la sociedad argentina durante la década de los noventa responde a un estilo particular de hacer política. Un estilo donde la ausencia de ley, como consecuencia de la trasgresión del sistema de gobierno, produce una sociedad que no encuentra fácilmente un anclaje significativo. Al mismo tiempo, se analiza cómo esto impide dar cohesión a su universo simbólico e identitario, terminando, esta sociedad, por organizarse alrededor de los objetos de consumo. Desde este lugar se plantean los objetos de consumo como objetos fetiches a partir de las categorías marxista y freudiana y se concluye en que la corrupción como medio para ejercer el gobierno no debería ser vista solamente como un tema ético sino además, como un tema institucional e ideológico.

Palabras clave: Argentina – menemismo – política – subjetividad – ideología – consumo – fetichismo – exhibicionismo – corrupción – ley – sociedad – ética – clase media – neoliberalismo – privatización – gadgets – mercancía – transgresión – economía – mercado – capitalismo – discurso – psicoanálisis – Freud – Lacan.

Abstract: In this work a reading of the Argentinean period is presented denominated "menemismo" from two axes: the ideology concept, starting from the contributions of Voloshinov, Althusser and Zizek and from the lacanian notion of "enjoyment". A style where the law absence, as consequence of the trasgresión of government's system, a society that doesn't find a significant anchorage easily takes place. At the same time, it is analyzed how this produces a society that doesn't find a significant to give cohesion to its symbolical and identified universe, ending to organize at themselves around of consume objects. From this place it is thinks about the consumption objects as objects fetishes starting from the categories Marxist and Freudian and concludes in that the corruption like means to exercise the government should not only be seen as an ethical topic but also, as an institutional and ideological topic.

Key Words: Argentina – menemism – politic – subjectivity – ideology – consume – fetishism – exhibitionism – corruption – law – society – ethics – middle class – neoliberalism – privatization – gadgets – merchandise – transgression – economy – market – capitalism – discourse – psychoanalysis – Freud – Lacan.

Sumario: 0. Introducción. 1. Algunas consideraciones previas acerca de la noción de ideología. 2. Menemismo, engaño e ideología. 3. La sociedad menemista. Gadgets, fetichismo y exhibicionismo. 4. Menemismo, "lo saben, pero lo hacen". 5. Conclusión. 6. Bibliografía. 7. Notas.

Summary: 0. Introduction. 1. Previous considerations about the notion of "ideology". 2. Menemism, deception and ideology. 3. The Menemist society. Gadgets, fetishism and exhibitionism. 4. Menemism, "They know but they do it". 5. Conclusions. 6. Bibliography. 7. Notes.

0. Introducción

El presente artículo pretende realizar una lectura del contexto socio político que abarca la década de los noventa en la argentina, conocida como la "década menemista".

Dicho análisis será desarrollado a partir de dos ejes: a) lo ideológico, porque consideramos a este factor como parte de la lógica objetiva del funcionamiento de la realidad [1] en tanto y en cuanto produce el "adentro" en el cual se incluye el sujeto dándole garantías de pertenecer al sistema y b) la subjetividad de la época a partir del concepto lacaniano de "goce".

Este último concepto nos ha permitido realizar ciertos análisis, principalmente, en torno a la cuestión de los objetos de consumo y desde las posiciones subjetivas teorizadas por el psicoanálisis como son el fetichismo y el exhibicionismo, para poder ver el modo en el que la sociedad menemista, fundamentalmente, la clase media, organiza su vida a partir de las ganancias que inconscientemente obtiene de sus prácticas y que, a su vez, la identifican en términos subjetivos [2]

1. Algunas consideraciones previas acerca de la noción de ideología

Según Althusser (1988), la expresión "ideología" fue creada por Cabanis, años después, señala el autor, Marx retoma el término y lo ubica como el sistema de ideas, de representaciones, que domina el espíritu de un hombre o de un grupo social. Decimos lo domina, en tanto el sujeto no tiene manejo de la ideología.

Es Voloshinov quién explica que: "Todo signo ideológico no sólo aparece como un reflejo, una sombra de la realidad, sino también como parte material de esta realidad" (Voloshinov, 1992:39). Así, para este autor, que entiende que donde haya signo hay ideología puesto que todo lo ideológico posee una significación signica, es posible hablar de "cadena ideológica", en tanto sabemos que un signo siempre va encadenado a otro. "Esta cadena ideológica se tiende entre las conciencias individuales y las une. Los signos surgen, pues, tan sólo en el proceso de interacción entre conciencias individuales" (Voloshinov, 1992:38). Entonces, se trata, para Voloshinov, de un sujeto sujetado por la ideología, más allá de su voluntad, más allá de lo que el mismo pueda elegir, creer o saber de la ideología que lo toma en sus prácticas cotidianas [3].

Para Althusser quien retoma el esquema marxista del modo de reproducción de las condiciones de producción una condición necesaria para ésta es la reproducción de la sumisión a las reglas del orden establecido, es decir, reproducir la sumisión a la ideología dominante. De manera tal que la cuestión de la ideología es una materia esencial para el desarrollo del sistema (no sólo capitalista) social establecido. Es, justamente, para entender como funciona esta cuestión que describe dos instancias: el Aparato del Estado, con sus fuerzas coercitivas para sostener el orden y el Aparato Ideológico del Estado. Este último es mucho más silencioso, actúa más oculto y se diversifica en numerosos estratos sociales que no dependen directamente del Estado como la religión, las escuelas, la familia, los medios de prensa, la cultura.

Lo que Althusser señala con respecto a estos dos aparatos es que se complementan: "Ninguna clase puede tener en sus manos el poder de Estado en forma duradera sin ejercer al mismo tiempo su hegemonía sobre y en los aparatos ideológicos de Estado - por lo tanto - [...] los aparatos ideológicos del Estado pueden no sólo ser objeto sino también lugar de la lucha de clases" (Althusser, 1988: 28)

En síntesis ¿Qué sería, entonces a la luz de este recorrido una operación ideológica? Sería la sustitución de las partes por el todo y del efecto por las causas. Es en el momento en que esta sustitución se cristaliza como algo natural, que la historia se vuelve naturaleza, que la operación ideológica a triunfado y se manifiesta en enunciaciones como estas: "pobres siempre habrá porque siempre los hubo" o "a la pobreza hay que ocultarla" [4]. Así, tras esta operación lo que se legitima es un orden dado, una relación de poder, un modo de funcionamiento.

Lo interesante es que, así como Voloshinov toma la vía del signo, Althusser trabaja la ideología como aquel agente que tiene por función la construcción de los individuos concretos en sujetos. A partir de entonces el sujeto es tomado por la ideología desconociéndola. En ese sentido, uno de los efectos de la ideología es la negación práctica por parte de la ideología del carácter ideológico de ésta. Por eso, para el autor, la ideología no tiene un afuera (Althusser, 1988).

Por el contrario, lo que produce la ideología es el adentro en que se incluye el sujeto, que da la garantía de pertenecer al sistema y es, justamente, ésta la base del aparato ideológico del Estado, hacer que los sujetos "marchen solos", sin preguntarse demasiado a dónde van. Este "marchar solos" es el proceso elemental que reproduce la ideología dominante en el seno mismo del movimiento social, este "marchar solos" incluye lo que Althusser explica: "[...] el sujeto actúa en la medida en que es actuado por el sistema [...] ideología existente en un aparato ideológico material que prescribe prácticas materiales reguladas por un ritual material, prácticas éstas que existen en los actos materiales de un sujeto que actúa con toda conciencia según su creencia" (Althusser, 1988: 50).

Es entonces, en el plano de las prácticas sociales donde la ideología silenciosamente se reproduce y fortalece, prácticas que sostienen todos los actores sociales implicados. Voloshinov lo explica así: existe una enorme zona de la comunicación ideológica que no se deja relacionar con esfera ideológica alguna. Es la zona de la comunicación en la vida cotidiana. Ésta es sumamente rica e importante en contenido. Por un lado, se conecta directamente con los procesos de la producción, pero por el otro, toca las esferas de las diversas ideologías ya formadas y especializadas (Voloshinov, 1992).

Aquí se incluye toda práctica cultural ya que, según Voloshinov, cuando al señalar el valor esencial de la palabra como el elemento subjetivo y social sobre el cual se constituye todo lo humano, dice que no existe ni un solo signo cultural que no

forme parte de una conciencia estructurada verbalmente, es decir, que no forme parte de la estructura de la palabra. Por eso sostiene: "la palabra acompaña, como un ingrediente necesario, a toda la creación ideológica en general" (Voloshinov, 1992: 38). Podemos deducir, entonces, que no existe ni un solo signo cultural que quede aislado de la ideología.

Como vemos, estas posiciones plantean una dialéctica que excede el binomio: dominantes-dominados y llevan la cuestión a una complejidad que necesita de un abordaje que incluya, además, coordenadas que involucren al psicoanálisis. Es desde esta teoría que intentaremos abordar la lógica de la ideología menemista, a partir de pensar el "goce", como la satisfacción inconsciente que circula alrededor de las prácticas que la legitimaban, partiendo de la idea de que la ideología conlleva, precisamente, un núcleo de "goce" (Zizek, 1998) [5]

2. Menemismo, engaño e ideología

El menemismo adviene al poder en la Argentina en 1989. Carlos S. Menem es elegido, principalmente, por amplios sectores populares a partir de su presentación como el heredero de los sueños "justicialistas" [6], aunque termine haciendo exactamente lo contrario al poner en práctica ideas sociales y económicas neoliberales (Borón, 2000).

En efecto, el modelo económico, social y cultural instalado a partir de Carlos Menem durante la década del noventa difiere en un todo de la primera, segunda y hasta la tercera presidencia de Perón. De allí, el uso frecuente del término "menemismo", en lugar de "peronismo". En este sentido, hacer referencia al "menemismo" supone aludir a un estilo de hacer política que va en contra de la transparencia, de la independencia de poderes y que promueve una ideología neoconservadora (Wortman, 2004).

No obstante, este modelo es reelegido en una segunda oportunidad, lo que nos habla de una cierta convalidación y aceptación de sus postulados y prácticas por parte de amplios sectores de la sociedad argentina.

Para Borón (2000) si un programa de reestructuración neoliberal como el del menemismo fue posible se debió, en gran parte, a la subordinación de la economía argentina, a las clases dominantes del sistema capitalista internacional y, muy particularmente, al capital financiero, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial. No se trataba, únicamente de una "dependencia externa", sino de una articulación compleja entre los intereses del bloque burgués predominante en Argentina y los de los amos financieros del mercado mundial, que hicieron que aquéllos aplicaran el modelo económico que los intelectuales orgánicos, el "Consenso de Washington", crearon para remodelar el mundo en función de sus intereses [7].

Así funciona, para Zizek (1998), la economía de mercado, en donde los diferentes operadores sólo procuran la satisfacción propia de sus intereses, dejando de lado el verdadero fin de la producción social, es decir, el desarrollo y crecimiento de los intereses que mueven la sociedad. En este sentido, el engaño se hace operativo gracias a la explotación de los intereses y pasiones particulares ya que nadie trabaja por la producción de la sociedad sino por la satisfacción de sus necesidades personales.

Zizek (1998), recuperando a Hegel, señala que la Idea, eso absolutamente bueno, es la sustancia-sujeto del proceso y el engaño. La Idea realiza sus verdaderos fines por medio de la astucia de la razón, permitiendo que los individuos sigan sus fines finitos, mientras cumple su fin infinito a través del desgaste y desgarramiento recíproco y el fracaso de los fines finitos. A partir de esto, puede decirse que el engaño estaría dado porque los sujetos persiguen intereses, luchas de poder, riquezas, gloria, ideologías, pero sólo son instrumentos inconscientes de la Idea. Es decir, como veíamos con Althusser, uno de los efectos de la ideología es la negación del carácter ideológico de la misma.

Desde este lugar, los contenidos de la "reforma económica" neoliberal en su fórmula más conservadora y los procedimientos bajo los cuales esa reforma fue ejecutada, casi siempre sospechosos de corrupción, sobre todo, en el caso de las privatizaciones, inscribieron al menemismo dentro de las vertientes más ideológicamente reaccionarias del capitalismo contemporáneo argentino (Borón, 2000).

Ahora bien, para Zizek (1998) la figura del político dentro de la ideología en curso, en la cual ésta es un dispositivo que nos permite unificar en un único relato las experiencias de la crisis económica, la decadencia moral y la pérdida de valores, la frustración política, la humillación nacional, etc. se asienta en un lugar que se vincula al goce.

Y en este punto deberíamos detenernos para hacer una distinción necesaria entre placer y goce [8] sí, el placer podría situarse, por ejemplo, en el lugar de cualquier logro político, mientras que el goce aparece cuando ese logro está obtenido por medios ilegales, teñido de corrupción, de prebendas. Es aquí donde el placer se acerca tanto al *displacer*, el goce opera como excedente del placer al penetrar un terreno prohibido, vedado por la ley. El goce surge como un choque entre el deseo y la ley en donde el deseo se hace ley. Un punto en el cual la insistencia en el propio deseo equivale a cumplir con el propio deber y donde el Deber en sí está marcado por una mancha de goce (Zizek, 1998) [9].

Desde este lugar, cabe recordar que, para el psicoanálisis, la supremacía del superyó por sobre la ley moral obstaculiza la relación entre el saber (Real) y la creencia (Simbólica) ya que es la brecha entre ambos lo que abre al sujeto a la ideología cotidiana, en la que se juega la posición del sujeto, "sé que Dios no existe pero actúo como si existiera..." (Zizek, 1998), es decir, "sé que tal candidato es corrupto, pero igualmente lo voto...". Entonces vemos, desde la teoría psicoanalítica, que la posición subjetiva es clave, también, para entender cualquier operación ideológica, complementando así las explicaciones dadas por autores como Marx, Voloshinov y Althusser.

Los resultados de esta operación en la democracia capitalista de Menem han sido varios: el Estado democrático vaciado de toda sustancia real, manipulación gubernamental y clientelismo político, subordinación del Poder Judicial al Ejecutivo, castración del Congreso, desmovilización inducida de la ciudadanía, desorganización y encapsulamiento de partidos y sindicatos, intimidación a la prensa, corrupción gubernamental en gran escala y gobierno por decreto (Borón, 2000) y, finalmente, el indulto a genocidas de la última dictadura militar convalidando, de esta manera, la impunidad.

Pero además, las reformas se centraron en una disminución del gasto público a partir de la privatización de empresas estatales. Esto estuvo acompañado por una política de apertura económica que permitió la libre competencia entre empresas locales y extranjeras con el fin de garantizar inversiones extranjeras y acceso a mayor abundancia de bienes de mejor calidad. Estas medidas permitieron dar la sensación de cierta estabilidad económica y un incremento en los ingresos de capital, aunque, no sustentaron la generación de divisas propias (Tessi, 2004).

Esta expansión económica finalizó con la crisis del Real [10] en 1995. Posteriormente la crisis de 1997 afectó en gran medida el precio de las materias primas mundiales, esto le generó a la Argentina la reducción de ingresos de divisas por venta de materias primas. Finalmente la crisis rusa de 1998 produjo una situación de retracción de la disponibilidad y encarecimiento de los créditos internacionales, además de un aumento en las tasas de interés (Tessi, 2004).

3. La sociedad menemista. Gadgets, fetichismo y exhibicionismo

Durante el menemismo se produjo un fenómeno conocido como el de los "nuevos pobres". Este empieza a mostrar sus signos hacia fines de 1980 a partir del cual los sectores medios estaban siendo afectados de manera creciente por las ininterrumpidas crisis y cambios económicos. Estos sectores se empezaron a encontrar en un proceso de caída que los llevó a tener ingresos por debajo de la línea de la pobreza (Minujin, 2001). A comienzos de la década del noventa, este proceso se hace evidente y se profundiza a partir del modelo neoliberal.

Paralelamente a estos acontecimientos la estabilidad económica y de precios tranquilizó, como dijimos, a la sociedad en su conjunto. Lo que dio mayores posibilidades de consumos a las clases medias al surgir la posibilidad de pagar la cuota de la casa propia, los electrodomésticos, el auto nuevo, etc. Esto hizo evidente la generalización de un consumo desmedido y una cierta ostentación del mismo. Fenómeno social que es posible de ser pensado bajo ciertos conceptos psicoanalíticos.

3.1. Los gadgets, suplencia de una falta

Lacan plantea que el "discurso científico" (Lacan, 1995b) ha engendrado todo tipo de instrumentos denominados gadgets. En su Seminario 20 "Aun" plantea a los sujetos como sujetos de instrumentos que van desde el microscopio a la radio-televisión y que se han convertido en elementos de existencia. Lacan sostiene que estos objetos forman parte del discurso científico, en tanto un discurso es lo que determina una forma de vínculo social. Ya en el Seminario 11 "Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis" (1995a) había planteado a estos aparatos, no solamente como solicitando nuestra visión, sino más bien suscitando la mirada. Una mirada de carácter omnipresente "planetarizada y hasta estratosferizada".

Freud en su concepción del aparato psíquico había encontrado una discordancia entre la lógica de éste y su interacción con la realidad encontrando que el "malestar en la cultura" es lo que mejor define a la naturaleza humana. El aparato psíquico no está adaptado a la realidad sino que inicialmente se mueve por el "principio de placer" que no está atendido a los condicionamientos culturales de la sociedad. Sólo por necesidad de autoconservación renuncia a los privilegios de la autarquía y se somete al "principio de realidad" a través de cortes abruptos que dejan marcas y secuelas que conformarán una segunda naturaleza en el sujeto, impuesta desde el exterior a la cual se acomodará no sin dejar secuelas traumáticas en su psique.

Este movimiento freudiano supone que entre las secuelas de ese proceso de subjetivación queda un resto inasimilable. El sujeto, entonces, queda incompleto, en un vacío estructural, eterno, inasimilable por la cultura y esto constituye el centro del ser del sujeto. Posteriormente, con Lacan, diremos que el sujeto está en falta, esta falta constituye el eje de su posibilidad de existir y también el drama que Lacan ubica en "la no relación sexual", en tanto en el encuentro de un sujeto con su objeto la satisfacción plena, es del orden de lo imposible.

Por eso, para Lacan, el gadget es un síntoma, en el sentido en que suplanta una falta, que viene a ocupar un lugar de algo que no hay. Y es la ciencia el mayor productor de gadgets, es ella quien nos ha procurado de algo para distraer el hambre en lugar de lo que nos falta en la relación de conocimiento. Dice Lacan: "Nos procura en su lugar algo que para la mayoría de la gente, en particular todos los aquí presentes, se reduce a gadgets: la televisión, el viaje a la luna –y a éste no vamos todos, sólo unos pocos elegidos; pero lo vemos por televisión" (Lacan, 1974: 107).

Aún así, sabemos, ningún gadget puede eliminar la "falta en ser" subjetiva. Para Freud es la "pulsión de muerte" la encargada de refrendar este descontento que transita por el interior del aparato psíquico y esta permanente prohibición de la satisfacción pulsional, impedirá el equilibrio que procura el principio de placer, el bienestar pleno y permanente por el cual ha bregado, quedando en circulación una insatisfacción a modo de "cuerpo extraño". Lacan a este "cuerpo extraño" que opera como "límite interno" lo denominará "objeto a" que operará como inconveniente que desequilibrará el circuito cerrado del "principio de placer" impidiendo su cierre al introducir el displacer. Así, nuevamente el aparato psíquico se acomodará al encontrarle un cierto placer perverso a este displacer que se dedicará a rondar este objeto perdido que se tornará inalcanzable. Esto lleva a encontrar placer en el sufrimiento, en el exceso, en el límite de lo permitido y es a esta satisfacción a la que Lacan llamará "goce", como hicimos referencia más arriba.

Si se habla de movimiento circular es por que, precisamente, el objeto a no es sino cierta curvatura del propio espacio que provoca que demos una vuelta cuando queremos alcanzar directamente el objeto. El objeto a queda como abertura en el círculo cerrado del "principio de placer" que lo obliga permanentemente a tener en cuenta el exterior, a estar atento a la realidad. Lacan dirá que sirve como sostén de la realidad. La relación existente entre el objeto a y la realidad es que el objeto a impide desde el interior del aparato psíquico el normal funcionamiento de éste, mientras que la realidad opera como el límite externo.

Dentro de lo que es la realidad exterior ubicaríamos actividades como el trabajar, estudiar, etc., es por ello que Freud señala que la salud está en relación con la capacidad de amar y trabajar y lo dice en un contexto en el cual la valoración positiva del trabajo era algo que se venía dando a partir del siglo XVIII (acentuada en el siglo XX, a partir del desarrollo del capitalismo y la necesidad de revalorizar el trabajo como fuente de riqueza).

De allí que, habiendo perdido el trabajo su centralidad durante el periodo menemista las relaciones sociales se terminan por constituir en torno a una nueva actividad que implica un nuevo orden, el consumo. Es decir, una vez disperso, descentrado y flexibilizado el ámbito de la producción, la organización, la integración y la construcción de la identidad social se trasladan al ámbito del consumo. A partir de esto, los sujetos ya no se constituyen como productores agrupados, sino, como consumidores individuales capaces de consumir incesantemente nuevos estímulos y mercancías (Benitez Larghi, 2004).

De este modo, una sociedad que había sido organizada alrededor de significantes claves como "el trabajo" no encuentra fácilmente, en el contexto descrito, otro anclaje significativo que pueda suplantarle y dar cohesión a su universo simbólico e identitario. El organizador, entonces, será: los artículos de consumo.

3.2. El consumo en los noventa. Gozar del fetiche

Marx hace de los objetos de consumo cosas dotadas de vida. Dice: "...la mesa sigue siendo madera, sigue siendo un objeto físico vulgar y corriente. Pero en cuanto empieza a comportarse como mercancía, la mesa se convierte en un objeto físicamente metafísico. No sólo se incorpora sobre sus patas encima del suelo, sino que se pone de cabeza frente a todas las demás mercancías, y de su cabeza de madera empiezan a salir antojos mucho más peregrinos y extraños que si de pronto la mesa rompiese a bailar por su propio impulso." (Marx, 1986: 46)

Vemos como Marx, otorga al objeto un ánima, una personalidad. Esta correspondencia entre valor "objetivo" y valor "subjetivo" tiene un correlato epistemológico con el psicoanálisis. Como señala Zizek (1992) "hay una homología fundamental entre el procedimiento de interpretación de Marx y Freud. Para decirlo con mayor precisión entre sus análisis respectivos de la mercancía y de los sueños".

El fetiche es un concepto que procede del estudio antropológico de las religiones de comunidades llamadas primitivas. Como se sabe, muchos grupos tribales creen que ciertos objetos inanimados poseen poderes.

Los exploradores portugueses del siglo XV llamaron a estos objetos feticio queriendo decir encanto o sortilegio. Esto después se volvió "fetiche" y cerca de fin del siglo XIX Krafft-Ebbing y Freud recuperándolo, hicieron uso del término para describir objetos que poseen un poder sexual que puede competir con, o eclipsar, el poder erótico del cuerpo humano. Es un concepto acerca del valor o el poder que tiene un objeto o un rasgo, poder inexplicable salvo por la noción de renegación [11], en tanto se niega y afirma al mismo tiempo lo que, destinado a permanecer oculto, se develó,

En el caso de Marx, la mercancía en el mercado aparece dotada de un valor propio, el precio. Pero ese precio de mercado oculta el costo de producción, el tiempo de trabajo de x operarios para lograr un resultado. Los bienes entran en el mercado y tienen un precio que fija la accesibilidad y competencia, en función del tipo de arreglos o prioridades que establezcan los dueños de los medios de producción y de la demanda de esa mercancía. Lo que queda oculto entonces es el costo de producción, es decir, el trabajo que los operarios cumplen para producir el bien.

Sin embargo, esta noción de fetichismo de la mercancía resulta opuesta a lo que Freud entiende por fetichismo en sentido psicoanalítico ya que para Freud el objeto no remite al trabajo del productor sino que se relaciona, en su efecto de fetiche, con el consumidor. Empleando la terminología de Marx, el fetiche para Freud no tiene que ver con el valor de producción sino con el valor de uso (Zizek, 1992).

A través del fetiche, quien se siente atraído por él reniega la castración femenina sin negarla directamente. Esto implica una paradoja, según la cual el sujeto sostiene, a través del fetiche, la creencia en un objeto ilusorio que, sin embargo, él mismo sabe que no existe (Freud, 1986). Decir reniega a la castración femenina, implica decir: reniega a la representación de la falta, lo que el sujeto no quiere saber entonces es que en algún lugar hay un registro que le recuerda que el sujeto no está completo.

Lacan desplaza el problema, al desligarlo de la renegación de la falta de pene femenino y su invención alucinatoria vía el fetiche cuando define el deseo como el excedente entre la necesidad y la satisfacción. Como aquello que confundido en principio con la necesidad (fisiológica) no se deja, sin embargo, absorber o resolver mediante una satisfacción de esa supuesta necesidad. Este excedente "insatisfecho" es lo que tiene el deseo de significante cultural.

Surge allí el deseo que irá a volcarse a diferentes sustitutos que encubran dicha insatisfacción, sin lograrlo jamás. El deseo se produce, al decir de Lacan, más allá de la demanda puesto que nunca puede satisfacerla y también más acá de la demanda porque ésta le significa su falta-en-ser (Lacan, 1999). En este sentido, no es difícil concluir que la multitud de mercancías que presenta el capitalismo siempre cambiantes, siempre renovadas, le confieren al sujeto la ilusión de completud estructuralmente imposible. Esta expectativa de consumo se vio claramente plasmada en el discurso político y social menemista [12] que reivindicaba, además del valor de los objetos, el valor de los servicios en la calidad de vida. Por ello, en tanto proveedor de servicios no podía estar ajeno a nuevas formas de consumo de servicios y a una creciente revalorización del cliente, uno de los argumentos que avalaron las privatizaciones.

Por otra parte, tanto los periodistas como los especialistas en Marketing terminaron por erigirse en nuevos formadores de opinión que orientaron la vida y costumbres de la clase media en sus ansias por encontrar patrones capaces de brindar signos de certidumbre frente a un mundo tan desconcertante que amenazaba con excluir a aquellos que no consiguieran adaptarse. De este modo, la cultura del trabajo fue reemplazada por la cultura del consumo basado en el crédito fácil y el acceso a productos y símbolos de moda a nivel mundial (Benítez Larghi, 2004). Pero, el consumo no sólo debía hacerse, sino también mostrarse.

3.3. El exhibicionismo menemista. Mostrar el goce

Una fracción de la clase media argentina que se vio favorecida por estos cambios en esta década no sólo comenzó a consumir bienes estrictamente vinculados con la publicidad sino también con aspectos relacionados a la enseñanza del consumo. Se buscó apelar al deseo excediendo los ámbitos publicitarios mostrando y educando a la sociedad a través de notas reproducidas en medios de comunicación que mostraban estilos de vida construidos a partir del gusto y de ideales de consumo fundados en la imagen o en los envases, como el caso de las contra etiquetas de ciertas bebidas alcohólicas como el vino. (Tessi, 2004).

Para Zizek (2003) las marcas se constituyen en significantes amo vacíos que connotan la experiencia cultural de pertenecer a un cierto estilo de vida y que va más allá del papel fetichizado del logotipo. Estas nuevas formas de mercantilización fueron denominada por Jeremy Rifkin como "capitalismo cultural" en donde la relación entre objeto y símbolo se ha invertido: la imagen no representa al producto, sino que éste representa a la imagen (Zizek, 2003b)

Vemos cómo el capital es acumulado de un modo tal que se vuelve imagen y mostración. La exhibición funciona como mecanismo de relación entre los sujetos. La sociedad menemista fue una sociedad del espectáculo.

Además, la belleza y la juventud empiezan a operar como plus de goce. Aparece la "cultura del narcisismo" inscripta en un contexto social caracterizado por la degradación del trabajo y la búsqueda de satisfacción en el ámbito de la vida privada. Por ello, el mercado de las marcas [y el consumo de "belleza"] terminan siendo proveedores de identidad (Uhart, 2004).

La belleza física del otro, también funciona como fetiche. Esto se sostiene en evitar el encuentro con el otro impidiendo así el

encuentro con lo Real [13], con el cuerpo del otro, aniquilando al sujeto. Claudia Uhart (2004) habla de “jóvenes muñecas en mundo feliz” la mujer en su doble aspecto, como sujeto y como objeto de consumo.

Así, los sujetos al mirar la vida opulenta de los otros a través de los medios de comunicación, se convierten en voyeurs propulsados por un goce autoerótico que se satisface a través de la mirada.

La mirada para el psicoanálisis es uno de los objetos pulsionales de los que un sujeto goza. Lo interesante es que es el objeto más hábilmente escurridizo para la castración. La mirada entraña la trampa del ojo, es la posibilidad de hacer ver, dar ver o mirar al sesgo de lo que no se quiere ver. Es por eso, que la mirada funciona como el velo mismo de aquello que supuestamente encubre: la falta.

Poner el objeto ante los ojos del otro para tapar lo que hay detrás, es una conducta propiamente perversa de renegación de la falta y es precisamente la conducta del exhibicionismo, en la torsión que lo enlaza al fetichismo (en tanto el objeto que se pone como condición para ser mirado es un fetiche), lo que encubre eso que no hay.

4. Menemismo, “lo saben, pero lo hacen”

Es en este marco que comienza un proceso de empobrecimiento general que se acompaña del desarrollo de una ideología neoliberal que se dirigía a legitimar el abandono por parte del estado del cumplimiento de funciones asumidas históricamente como la prestación de servicios básicos. Así el empobrecimiento no sólo se dio en términos económicos sino también en términos sociales y éticos ya que la hegemonía de esta ideología fue introduciendo de a poco un estilo de pensamiento darwiniano, basado en la supervivencia del más apto según las vías del mercado (Feijoo, 2003).

Lograda la estabilización monetaria con el Plan de Convertibilidad de Cavallo [14] en 1991 el gobierno de Menem obtiene una seguidilla de victorias electorales. Así, el oficialismo triunfa en las elecciones de 1993 pese a sus costos sociales y gracias a una política efectiva de lucha contra la inflación que aseguró un sólido consenso social. De este modo, la sociedad apoyó a la fuerza política capaz de darle estabilidad monetaria al ahuyentarle los fantasmas de la imposibilidad de cancelar las cuotas en las que se había embarcado.

En este sentido, el impacto de la hiperinflación había sido muy fuerte, porque repentinamente colocó a la sociedad en situaciones límites en términos de inseguridad e incertidumbre. Cualquier cosa fue aceptada como precio para eliminarla. Para Borón, si el precio a pagar por la estabilidad económica que calmara estos temores y ansiedades fue un deterioro de la calidad institucional era obvio que el mismo sería pagado, más aún, en un país que había perdido desde hace mucho tiempo la memoria de las instituciones (Borón, 2001). Cuestión que se suma a un contexto de impunidad producto de los indultos a responsables de 30.000 desaparecidos en el país.

Por ello, Zizek tomando la fórmula de Marx “no saben, pero lo hacen” para decir “lo saben, pero lo hacen” y el concepto de ideología como “falsa conciencia” se interroga sobre el lugar de la ilusión ideológica, si éste es en el “saber” o en el “hacer” en la realidad. Este autor sostiene que lo que se reconoce falsamente no es la realidad sino la ilusión que estructura esa realidad y esto es lo que él llama la fantasía ideológica. Así, el nivel fundamental de la ideología no es el de una ilusión que enmascara el estado real de las cosas, sino el de una fantasía inconsciente que estructura nuestra realidad individual y social (Zizek, 1998).

Desde este lugar, Eduardo Gruner (s/d) dice “[...] y no tenemos aún explicaciones satisfactorias de cuáles son los nuevos procesos y fenómenos (socioeconómicos, políticos, ideológicos, culturales, psíquicos) que han causado no sólo un gigantesco retroceso en la voluntad de resistencia a la opresión, sino incluso una suerte de complacencia masoquista con ella, una asunción acrítica, amorosa, del discurso de los amos: ciertamente no nos dan esa explicación las teorías políticas dominantes, y más bien al contrario, parecería que trabajan afanosamente para escamotear las preguntas que demandan esa explicación” [15].

Los años noventa generaron una auténtica utopía ya que se creía tener todas las respuestas y posibilidades, libertad para elegir y sin identidades fijas. Se trataba del imperativo de “gozar” mucho más cruel que el de la moral kantiana basada en el sacrificio.

En este sentido, Zizek (1998), retomando a Lacan que se opone a la postura de Dostoiévski (cuando afirma que “si no hay Dios todo está permitido”) para equiparar a Dios con el Nombre-del-Padre en donde si el Nombre-del-Padre (Dios) no existe, todo está prohibido, transpola esto al discurso político totalitario para sostener que el sujeto producido por este discurso queda impedido como resultado de la suspensión de la ley – prohibición. Esto implica el goce, experimentado como “transgresión”.

Por ello, cuando Dios es el mercado y está regulado por el consumo y no tiene otras normas que las financieras la sociedad queda inevitablemente enfrentada a los gadgets, al fetichismo y al exhibicionismo enlazados por un modo de gozar que está determinado por las prácticas sociales que sostienen la ideología imperante.

5. Conclusión

Con una ideología sin rastros, ni huellas, ni ideales, los sujetos de los noventa en la Argentina sólo encontraron un camino: el plus de goce del consumo. Era esa la principal referencia de los discursos políticos electorales. Eran esos los argumentos sobre los cuales los votantes reeligieron a Carlos Menem para su segunda presidencia. No fue a él ni a un programa político a quién se eligió sino a la posibilidad de seguir gozando de lo único garantizado, el consumo: “si todos son corruptos, éste, por lo menos, nos permite gozar”. Aunque ese goce fuera pagado con altos índices de violencia social producto del empobrecimiento generalizado y de la legislación de impunidad.

Como señala Zizek se gana una batalla ideológica cuando el adversario comienza a hablar el lenguaje del otro sin que éste tenga conciencia de ello.

Finalmente, lo que queda del menemismo es un estilo de hacer política, una forma de vincular los organismos del estado con las vidas privadas de los funcionarios, la manipulación de la opinión con instituciones deterioradas y socavadas. En este sentido, la corrupción como medio para ejercer el gobierno no debería ser vista solamente como un tema ético sino como un tema institucional e ideológico porque el problema no sería tanto la corrupción, sino la impunidad que transgrede toda ley y

que, en la actualidad, continua hundiendo sus raíces en los problemas de violencia e inseguridad social que se acrecientan cada vez más.

6. Bibliografía

Althusser, L., 1988: *Ideología y aparatos ideológicos / Freud y Lacan*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Benítez Larghi, S., 2004: "Representaciones sociales de tiempo y espacio en torno al consumo de Internet" en VV AA, *Cartografías de la Argentina de los '90/ Cultura mediática, política y sociedad* (Coord., Antonelli, M.). Córdoba: Ferreyra editor.

Borón, A., 2000: "Menemismo, antimememismo y postmememismo en la política argentina en Memoria" en *Revista de política y cultura*, N° 132.

Freud, S., 1992: *Obras completas*. Tomo XVI. Buenos Aires: Amorrortu.

Gruner, E., (s/d): "La cosa política: El retorno de lo trágico en las filosofías malditas del siglo XX, apuntes provisorios para un nuevo fundacionalismo", Buenos Aires: [http:// www.clacso.org](http://www.clacso.org)

Lacan, J., 1987: *Escritos 2*. Buenos Aires: Nueva Visión.

-----, 1999: "Las formaciones del inconsciente" en *El seminario*, Libro 5, Buenos Aires: Paidós.

-----, 1995a: "Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis" en *El seminario*, Libro 11, Buenos Aires: Paidós.

-----, 1992: "El reverso del psicoanálisis" en *El seminario*, Libro 17, Buenos Aires: Paidós.

-----, 1970 -71: "...O Pire" Seminario 19 (inédito)

-----, 1995b: "Aun" en *El seminario* Libro 20. Buenos Aires: Paidós.

-----, 1974: *La tercera en Intervenciones y textos 2*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Marx, K., 1986: *El capital, crítica de la economía política*, tomo I. México: Fondo de Cultura Económica.

Molinari, V., 2004: "Juventud, publicidad... Una forma de ser en los noventa" en VV AA, *Cartografías de la Argentina de los '90 / Cultura mediática, política y sociedad* (Coord., Antonelli, M.). Córdoba: Ferreyra editor.

Minujin, A. Anguita, E., 2001: *La clase media. Seducida y abandonada*. Buenos Aires

Tessi, M., 2004: "La prosperidad televisada: economía y publicidad en la Argentina de la década de 1990" en VV AA, *Cartografías de la Argentina de los '90 / Cultura mediática, política y sociedad* (Coord., Antonelli, M.). Córdoba: Ferreyra editor.

Uhart, C., 2004: "La mujer en los noventa: Procesos ideológicos, consumo e identidad" en VV AA, *Cartografías de la Argentina de los '90 / Cultura mediática, política y sociedad* (Coord., Antonelli, M.). Córdoba: Ferreyra editor.

Voloshinov, V., 1992: *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid: Alianza.

Wortman, A., 2004: "Nuevos intermediarios culturales y producción de hegemonía" en VV AA, *Cartografías de la Argentina de los '90 / Cultura mediática, política y sociedad* (Coord., Antonelli, M.). Córdoba: Ferreyra editor.

Zizek, S., 1992: *El sublime objeto de la ideología*. México: Siglo XXI editores.

-----, 1998: *Porque no saben lo que hacen / El goce como factor político*. Buenos Aires: Paidós.

-----, 2001: *El espinoso sujeto / El centro ausente de la ontología política*. Buenos Aires: Paidós.

-----, 2003: *Las metástasis del goce*. Buenos Aires: Paidós.

-----, 2003: *A propósito de Lenin / Política y subjetividad en el capitalismo tardío*. Buenos Aires: Atuel / Parusia.

7. Notas

[1] Teniendo en cuenta que de lo que se trata, en la ideología, es de prácticas materiales y que son éstas las que determinan lo que un sujeto piensa, si bien, y de manera dialéctica, el pensamiento vuelve siempre sobre las prácticas.

[2] Nos referimos a las "ganancias secundarias" definidas por Freud como aquellas que se obtienen inconscientemente a pesar de las vivencias de displacer consciente que determinadas situaciones conlleven. Freud nos provee del siguiente ejemplo: "Consideren el caso más frecuente de este tipo. Una mujer tratada con brutalidad y explotada despiadadamente por su marido halla con bastante regularidad una salida en la neurosis cuando sus disposiciones (constitucionales) se lo permiten, cuando es demasiado pusilánime o su moral es demasiado rigurosa para consolarse en secreto con otro hombre, cuando no tiene fuerza bastante para divorciarse de su marido venciendo todas las coartaciones externas, cuando no tiene perspectivas de mantenerse por sí misma o de encontrar un marido mejor, y cuando, además, sigue vinculada por su sensibilidad sexual con ese marido brutal. Su enfermedad pasa a ser su arma en la lucha contra el marido violento, un arma que puede usar para su defensa y de la que puede abusar para su venganza. Tiene permiso para quejarse de su enfermedad, mientras que probablemente no lo tendría para lamentarse de su matrimonio. Encuentra en el médico un auxiliar, obliga a ese marido despiadado a compadecerla, a incurrir en gastos por ella, a permitirle períodos de ausencia de la casa durante los cuales se emancipa de la opresión conyugal. Si esa ganancia de la enfermedad, externa o accidental, es muy cuantiosa y no puede hallar un sustituto real, desconfíen ustedes de la posibilidad de influir sobre la neurosis mediante su terapia" (Freud, 1992: 348). A nivel de lo social, el caso del sujeto que paga la obediencia a sus abundantes mandatos de consumo con el aumento de altas dosis de angustia que le genera el tener que obtener los recursos económicos necesarios

pero que, al mismo tiempo, obtiene una ganancia secundaria si este malestar le impide subjetivar, por ejemplo, su propio vacío.

[3] Este planteo nos lleva, sin lugar a dudas, al esquema lacaniano, en donde el sujeto es tal recién cuando es constituido por el lenguaje y es a partir de entonces cuando algo ha perdido, lo biológico, se produce un sujeto tomado por el lenguaje que lo constituyó.

[4] Expresiones como estas se escucharon en distintos medios de comunicación, durante marzo del 2006 en la Argentina, a raíz de la inauguración de un comedor comunitario en la zona gastronómica más cara del país

[5] En sentido lacaniano, el "goce" es un concepto que tiene fundamentos freudianos, y que señalan la existencia de satisfacción en el *displacer*. Es por ello, que Lacan diferencia goce de placer. El placer funciona como un límite al goce, como una ley que le ordena al sujeto, gozar lo menos posible. Al mismo tiempo, el sujeto intenta permanentemente transgredir las prohibiciones impuestas a su goce e ir "más allá del principio de placer". Es por ello, que el resultado de transgredir esta prohibición no es más placer, sino dolor, dado que el sujeto no puede soportar más allá de cierta cantidad de placer. Más allá de este límite, el placer se convierte en dolor y este placer doloroso es lo que Lacan denomina "goce". Así el goce, para Lacan, termina siendo sufrimiento, expresando, de esta manera, la satisfacción paradójica que el sujeto obtiene de sus síntomas, es decir, el sufrimiento que deriva de su propia satisfacción. Es por esta razón, que el goce se relaciona con la pulsión de muerte. (Lacan, 1973)

[6] Del Justicialismo: movimiento político nacido en la Argentina a partir del liderazgo de J.D. Perón.

[7] En este sentido, es interesante señalar el hecho de que a fines de la década del ochenta la burguesía "cierra filas" alrededor del proyecto neoliberal, olvidando las diferencias "interburguesas" para terminar yendo todos detrás de Menem

[8] Véase nota 4

[9] En la dialéctica de la ley externa y la ley moral, el sujeto al ir en contra del bien social, no está movilizado por la búsqueda obsesiva del placer, sino que lo que está actuando en él, es el reverso superyoico de la ley moral con su eterno llamado al goce. Así, lo que hace la ley externa es regular el placer y liberar, de este modo, al sujeto de la imposición superyoica de gozar, ya que el superyo sólo es activado cuando el sujeto acude a él.

[10] Moneda brasileña

[11] Operación estructural de un sujeto a través de la cual, se niega y se afirma al mismo tiempo. Se reniega de un atributo, imagen, cosa o movimiento, por ejemplo la ausencia de pene en la mujer. Este sería el mecanismo propio de la perversión como estructura psicopatológica, en tanto el perverso sabe que no debe realizar determinado acto, pero lo hace igual, lo hace a escondidas y de este modo niega que lo hizo.

[12] Por ejemplo a partir del discurso publicitario reflejado en slogans que remitían a la extrema valorización del presente en donde todo debía resolverse, consumirse y hacerse ya , y en donde se valoraba más positivamente el plano de las sensaciones y de la juventud que el de la racionalidad y el mundo adulto (Molinari, 2004). También en el discurso de la prensa, sobre todo a través de la revistas de actualidad donde se mostraban las majestuosas casas de políticos y funcionarios del momento. Finalmente en el discurso político que amenazaba con una gran crisis económica (como estrategia de persuasión) que impediría cumplir con las cuotas de las compras realizadas a crédito, si el gobierno menemista no era reelecto.

[13] En sentido lacaniano, lo vinculado al cuerpo.

[14] Ministro de Economía.

[15] Fecha de consulta en la Web: junio de 2005.

[16] Por ejemplo, como decíamos, la sensación de impunidad que en la sociedad generó el indulto a implicados en la dictadura

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Gómez, Mariana (2006). La década de los noventa en la Argentina. Ideología y subjetividad en la sociedad menemista. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. La Laguna (Tenerife), recuperado el x de xxxx de 200x de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200610gomez.htm>