

2010-12-01

Sujetos desbordados, sujetos presos El lugar del sujeto en el discurso de la economía de mercado

Mercedes Abreo Ortiz
Universidad de La Salle, Bogotá, aabreo@unisalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/lo>

Citación recomendada

Abreo Ortiz, Mercedes (2010) "Sujetos desbordados, sujetos presos El lugar del sujeto en el discurso de la economía de mercado," *Logos*: No. 18 , Article 3.

Disponibile en:

This Artículo de investigación is brought to you for free and open access by Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Logos by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Sujetos desbordados, sujetos presos El lugar del sujeto en el discurso de la economía de mercado¹

Mercedes Abreo Ortiz*

Fecha de recepción: 1 de agosto de 2010
Fecha de aprobación: 3 de septiembre de 2010

Resumen

El trabajo de investigación del cual da cuenta este artículo, tuvo como objeto analizar la incidencia del discurso neoliberal en la constitución de subjetividad del colombiano de finales del siglo XX y principios del XXI. Para tal fin, se siguió un método de análisis interpretativo a modo foucaultiano a partir del análisis de los enunciados de avisos publicitarios de televisión e internet, en contrastación con enunciados contenidos en el desarrollo del discurso neoliberal. Todo ello desde una lectura interdisciplinar guiada por el marco de referencia del psicoanálisis lacaniano.

Palabras clave: neoliberalismo, publicidad, subjetividad.

Uncontrolled Subjects & Prisoners – A Subject's Place in the Market Economy Discourse

Abstract

The main goal of this research which is summarized in this article is to analyze the influence of the Neoliberal discourse on the constitution of Colombian's subjectivity, from the late 20th Century to the early 21th Century. A Foucaultian interpretative analysis method was adopted to analyze the enunciations of the television and internet advertisements, in contrast to the enunciations of the Neoliberalism. The whole of this research was developed from an interdisciplinary focus guided by the Lacanian psychoanalysis framework.

Key words: Neoliberalism, publicity, subjectivity

¹ Resultado de la investigación "Incidencia del discurso neoliberal en la constitución de subjetividad actual y su relación con la violencia", en el marco del macroproyecto de investigación "Sociedad y cultura en Colombia (a finales del siglo XX e inicios del XXI)", del Centro de Investigaciones en Hábitat, Desarrollo y Paz (CIHDEP), de la Universidad de La Salle.

* Psicóloga, Magíster Psicología Clínica y de Familia. Actualmente Docente-Investigadora, Facultad Filosofía y Humanidades, Universidad de La Salle; Investigadora, Universidad Incca de Colombia; Investigadora-Terapeuta Programas Intervención Infantil, Corporación Artística y Cultural Carmina Gallo. Correo electrónico: aabreo@unisalle.edu.co

Introducción

Es bien sabido por todos que en el hombre, en tanto ser hablante, el lenguaje cobra un papel fundamental como constructor de realidades de todo tipo y, por supuesto, de las relaciones sociales. Como parte del campo del lenguaje, las realidades humanas se construyen a partir de complejos discursos históricos que dan origen a las formas culturales en las que habitamos y nos desarrollamos. Por tanto, tales discursos habrán de influir en la conformación de sujetos por la vía de los procesos de simbolización que en ellos se tejen, pues se ha de tener en cuenta que los sujetos nos conformamos a través de las palabras expresadas en el habla, en la escritura y en las imágenes. De acuerdo con Lacan (1972), el discurso insta una forma particular de interacción entre los hombres, por lo que –de un lado– el discurso ha de ser entendido como un lazo social basado en el lenguaje, y –por otro– hemos de cuestionarnos qué es lo que el lenguaje funda y vehiculiza en cada discurso.

En tal sentido, si se considera al hombre contemporáneo, hijo de finales del siglo XX y principios del siglo XXI en Colombia, podemos ubicarlo, sin temor a dudas, en el marco del discurso plenamente capitalista llevado a su máxima expresión, o también llamado neoliberalismo.

Este discurso contiene dentro de sus características primordiales la comercialización de las mercancías sin restricción alguna, en la que todo es susceptible de comercialización, y en la cual, por consiguiente, la explotación de los deseos humanos se convierte en una estrategia más de mercantilización. Así las cosas, el hombre inmerso en este discurso podría estar presentando cambios en su subjetividad, pues el contexto donde se desarrolla facilita, lo que en lenguaje psicoanalítico se entiende como el salto de una posición neurótica de renuncia al goce a una posición perversa basada en un exceso de ‘libertad’ de goce, es decir, del desborde de toda su fuerza pulsional violenta aunada al placer.

De ser así, tal situación plantea la necesidad de analizar y reflexionar la incidencia del discurso del neoliberalismo, como discurso actual predominante, y su posible relación con la subjetividad actual. Para ello, se realiza en primer lugar, una comprensión del discurso neoliberal, desde sus principales premisas y modo de difusión: *mass media*. Posteriormente, se analiza la posible incidencia de tal discurso, consignado en dichos medios de comunicación, en la subjetividad actual y su potencial efecto sobre el tejido social.

Neoliberalismo, globalización y globalización neoliberal

Los términos neoliberalismo, globalización, globalización neoliberal, se han utilizado de distintas maneras, por lo que un intento de definición se torna en un camino escurridizo dada la gran polémica que encierran. Sin embargo, en una aproximación a la comprensión de dichos términos, se puede decir, en primer lugar, que el neoliberalismo es un modelo socioeconómico que tuvo su origen en agosto de 1938, en el “coloquio Lippman”, cuando a las puertas de la Segunda Guerra Mundial, se reunieron en París un grupo de intelectuales por iniciativa del periodista norteamericano Walter Lippman, con el objetivo de analizar el estado de la defensa de la libertad y las estrategias que deberían llevarse a cabo en tiempos difíciles. Este grupo de intelectuales afirma el término ‘neoliberalismo’ para referirse a un pensamiento guiado por cuatro principios fundamentales: el mecanismo de los precios libres, el estado de derecho como principal tarea de gobierno, el reconocimiento que a ese objetivo el gobierno puede sumar otros, y la condición que cualquiera de estas nuevas tareas debe basarse en un proceso de decisión transparente nuevo y consentido (Gherzi, 2004: 307).

Posteriormente, en la década de los cincuenta, el neoliberalismo se consolida en América gracias a la escuela de Chicago, liderada por Milton Friedman,

para quien la privatización, la economía de mercado, la internalización de la economía, la disminución del poder del Estado y la reducción del gasto público constituirían su bandera. La postura de Friedman se hace más fuerte en Norteamérica en los ochenta con la presidencia de Reagan, Bush y Clinton, y en Inglaterra con Thatcher, la modernización del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional (FMI) (Matías, 1998: 29). Esta implantación del neoliberalismo en Norteamérica e Inglaterra, se produce con el pretexto de la necesidad de superar la crisis económica del momento, caracterizada por un alto nivel de recesión en estos países. No obstante, mientras que éstos, como países dominantes, lograron salir de la crisis, la situación de América Latina fue diferente, pues se convirtieron en caldo de cultivo para el aumento de su deuda externa (Morales, 2006: 96).

En Colombia, los años ochenta, especialmente 1981, tras la recesión económica y como consecuencia de los gobiernos anteriores, desde Laureano Gómez, se implanta el neoliberalismo como consecuencia de un camino abonado por los gobiernos de turno que propendieron por la financiación externa, la reducción de subsidios, el aumento de la tasa de la gasolina y la reducción en el control de las importaciones. Estas acciones favorecieron la intervención gringa en el diseño e implementación de las políticas económicas y sociales, ignorándose los modelos económicos provenientes de Latinoamérica, y con ello propiciaron una dependencia del país ante Estados Unidos (Jara, 1998: 20-26).

Sin embargo, fue con César Gaviria y su *kindergarten* cuando se consolida tal modelo en Colombia. En su gobierno se asumen a plenitud las ideas de Milton Friedman y con ello se eliminan los subsidios, se desmantelan aranceles, se privatizan las empresas estatales y los servicios públicos, y, en definitiva, se entrega el funcionamiento del Estado a la omnipotencia de las fuerzas del comercio, aspecto que se afianza con la Constitución del 91, creada para fa-

vorecer el neoliberalismo (Matías, 1998: 28-30). De esta manera, se hace práctica en Colombia (y ya para el momento en otros países de Latinoamérica) la expresión profética de Simón Bolívar cuando expresó: “Los Estados Unidos parecen destinados por la Providencia para plagar la América de miseria a nombre de la Libertad” (Matías, 1998: 39).

Así entonces, el neoliberalismo se constituye en una concepción ideológica y en un modelo económico que designa un proyecto global sistemático y planificado del capitalismo mundial, según el cual el Estado debe permitir que la economía se desarrolle poniendo énfasis en el libre juego y desenvolvimiento de las fuerzas del mercado, aun a costa de su propia extinción gradual. En consecuencia, bajo la denominación de “desregulación y modernización” se adelanta un proceso de venta de las empresas estatales y de sus inversiones directas en la producción de bienes y servicios, mediante la promoción de su privatización y entrega del control a los capitales, de preferencia extranjeros, desde los centros imperiales de la casi totalidad de los países del mundo. En consecuencia, en este sistema se favorece el mercado libre, la propiedad privada y la libre empresa como esenciales para asegurar las decisiones individuales, tomadas en aras del beneficio privado imperialista (Matías, 1998: 27; Vega, 1999: 9; Kabeer, N. & Humphrey, J., 1994: 117).

Es así como el neoliberalismo se funda sobre tres supuestos:

- 1) Se presenta un individualismo basado en la noción que el individuo existe antes que la sociedad y separado de ella.
- 2) El comportamiento humano está guiado por el interés propio y sus necesidades sólo han de interesar a su círculo más cercano.
- 3) Se supone que los individuos actúan racionalmente; sin embargo, surge la irracionalidad, la imprudencia; dado lo ilimitado de las necesidades y lo escaso de los recursos existentes, al fortalecerse

el esfuerzo individual sobre el colectivo, se conduce a la escasez y al uso deficiente de los recursos disponibles (Hayek, 1949, citado por Kabeer & Humphrey, 1994: 119).

Esto sucede porque en este sistema todo se reduce a la condición de mercancía: el agua, la biodiversidad, el hombre; nada puede resistir a la ofensiva del capital, ni la vida misma. El mercado se constituye en una relación social de desigualdad, en la que se cercena la rama sobre la cual se sientan los actores económicos, sociales y políticos, discriminando a aquellos sujetos que no se ajusten a sus propósitos (Dierckxsens, 2003: 5-9).

Tras la observación de tan funesta propuesta, cuyas consecuencias se han dejado ver, especialmente en los países de Latinoamérica y el Caribe, el término “neoliberalismo” caído en desprestigio, ha sido reemplazado por el de “economía social de mercado”. Sin embargo, pese a los resultados nefastos del modelo y a su cambio de nombre, en la práctica sigue siendo el mismo sistema y las mismas prácticas en las que todas las actividades humanas deben ser reguladas exclusivamente por el mercado, bajo la supuesta consigna que por esa vía en forma automática, se llega a la felicidad, a la prosperidad y a la libertad (Vega, 1999: 12). Por tanto, lo único que ha cambiado es que esta forma de economía ha penetrado en todos los sectores del tejido social, llegando a convertirse en un proyecto cultural regido por la lógica mercantil y totalitaria; totalitarismo en el que la democracia jamás ha sido un valor central, pues por el contrario, la tierra se privatiza y el cuerpo de los hombres se hace público (Franz Hinkelammert, citado por Vega, 1999: 13, 31).

Ahora bien, al término neoliberalismo se adhiere el de *globalización* con igual dificultad de definición de aquel que apareja, pues tal como lo expresan sus mismos creadores “la globalización no es un concepto serio, nosotros los norteamericanos lo inventamos

para ocultar nuestra política de penetración económica en el exterior” (John K. Galbraith, citado por Morales, 2006: 96, nota a pie de página). La globalización sería entonces una estrategia del neoliberalismo o economía de mercado, usada para poder penetrar fácilmente en los diferentes países con el pretexto del intercambio cultural y tornarse así una economía generalizable en la que se promueve la liberación de los mercados en general, es decir, la mundialización de los mercados (Dierckxsens, 2003: 13). La globalización al igual que el neoliberalismo, mantiene su interés sobre los beneficios individuales, el espíritu comercial y el mercado encaminados a la “felicidad general”, así la prosperidad signifique concretar el enriquecimiento de unos pocos que presuntamente y en virtud del denominado *trickle-down effect* (efecto de goteo), irían irradiando su bienaventuranza a todo el resto de la sociedad (Morales, 2006: 99).

La clara relación entre globalización y neoliberalismo da pie a la comprensión de lo que suele llamarse *globalización neoliberal*; por ello, apedillarle neoliberal a la globalización, es confirmar que, de lo que en el fondo se trata con la variación de la terminología, es generar un nuevo traje a la vieja gradación del capitalismo: el imperialismo (Morales, 2006: 97). La globalización neoliberal, homogenizada en Estados Unidos e impuesta por la fuerza (militar, presiones en la banca internacional, corrupción, etc.) a los países tercermundistas, puede entenderse como un fenómeno multifacético y complejo, esencialmente económico y político con un gran componente tecnocientífico del momento actual, y que influye en las diferentes dimensiones en las que se desenvuelve el ser humano contemporáneo (Morales, 2006: 31).

En fin, este nuevo orden económico es la más desvergonzada forma de “recolonización del Tercer Mundo”, pues bajo el manto del neoliberalismo y de la globalización, se impone a los países atrasados un proceso de apertura, en el cual sus mercados son finalmente controlados por los capitales extranjeros,

al tiempo que la industria y el sector agropecuarios nacionales se abandonan a su suerte y a su quiebra, mientras que el sector extranjero crece y se consolida (Matías, 1998: 28). Ahora bien, los defensores de la globalización neoliberal la plantean como un proceso de desarrollo tecnológico en el campo de la computación y la informática, cuando, sin embargo, es un producto de recomposición de la acumulación de capital a escala mundial basado en la concentración de riqueza, a costa del desarrollo de los países tercermundistas y tomando como principal instrumento a los medios de comunicación que le hacen honor.

Instrumentos del neoliberalismo: publicidad y medios de comunicación

El final de siglo XX y el inicio del XXI se caracterizan por ser una época en la que se dan cambios simultáneos en las diferentes dimensiones de la cultura, como la política, la economía, la tecnología y la misma comunicación, de manera tal que el cambio en uno influye mutuamente en los otros. Actualmente la economía se encuentra afectando considerablemente a los medios de comunicación, al punto que podemos considerar que nos encontramos en un cambio de época, en la que la comunicación masiva, dada su estrecha relación con los grupos de poder económico y político, se constituyen en una de las principales estrategias del neoliberalismo, su mayor frenesí, siendo tal vez este, el rasgo más distintivo de la globalización (Ortíz, 1999: 51,71).

Con la economía de mercado y el desarrollo de la tecnología, los medios de comunicación han sufrido considerables cambios, alcanzado gran difusión particularmente a partir de la mitad del último siglo y llegando a ocupar una hegemonía en el uso del tiempo libre de la mayoría de las personas. Uno de estos cambios consiste en que con el consumo de tecnología que irradia la sociedad, los llamados *mass media*, además de ser medios de información y cultura-

ción, se han convertido en constructores de realidad a partir de los cuales percibir el mundo, ya no son simples transmisores de información, sino que han pasado a ser constructores de ciudadanos (Sánchez, 1997: 15, 21). Otro cambio obedece a que ya no se puede hablar de cada medio de comunicación por separado. Ahora, resulta un tanto obsoleto hablar de división entre radio, prensa, televisión, internet, etc., por cuanto se encuentran funcionando mediante un sistema unificado de aparatos, redes y servicios interconectados y complementarios; todo gracias a la innovación tecnológica (fibra óptica, satélites, cables coaxiales, etc.) que rompe las fronteras entre sus antiguas divisiones (Gómez-Mont, 1992: 49, Ortíz, 1999: 80-81).

Pese a esta estrecha unión que se designa bajo el nombre de *mass media*, la televisión y la red de internet, han adquirido una posición hegemónica sobre los demás. El final del siglo XX e inicios del XXI han sido testigos del auge histórico de la televisión, gracias al vertiginoso desarrollo de los medios electrónicos y los bajos costos de la televisión por cable, que ha penetrado no sólo en los hogares, sino también en sitios públicos como restaurantes, consultorios de salud, bancos, aeropuertos, etc. La Red, por su parte, desde su creación hasta la fecha, ha aumentado el número de usuarios, al punto que se le ha comparado con una gran autopista, capaz de realizar un sinnúmero de interconexiones por una vía rápida y relativamente económica. En la actualidad, la Red se ha convertido en un vehículo comercial gigantesco y en el escenario donde se decide gran parte del futuro de las culturas, así como en la principal herramienta para la comunicación y la transmisión de mensajes alrededor del mundo (Ferguson, 2007: 256-257; Ortíz, 1999: 39). Sin embargo, a pesar de la gran oleada de internet, es ante la televisión que miles de ciudadanos se sientan a diario para ver su programación favorita, conformándose en el ritual público y privado más importante en muchos países, especialmente aquellos en vías de desarrollo (Ortíz, 1999: 39).

Por su cercanía con la globalización neoliberal, los *mass media* se han privatizado y con ello se han centrado –en gran medida– en la propagación de publicidad, esta última que aunque autónoma en su principio, ya no es tal, pues en la actualidad el mercado de los medios no se ofrece de manera neutral en tanto que el comprador ya no es quien decide, sino el mercado; el que hace uso de la posibilidad de decisión es el anunciante, principal factor de rentabilidad en este contexto. En Colombia, por ejemplo, la publicidad ha pasado a ser dominada por los mismos poderes económicos que son dueños de los medios de comunicación, los cuales, a través de ellos, buscan afianzar su posición de dominio, pues hay que recordar que las dos principales cadenas de televisión son propiedad de la Organización Ardila Lülle y del grupo Santo Domingo (Jara, 1998: 112).

Con esta unión se consolida en los medios de comunicación, la monopolización de la información manejada en su predominio por las transnacionales, mediante la ola inédita de fusiones y adquisiciones, en la que la información se ha convertido claramente en mercancía (Sánchez, 1997: 20). De esta forma, el mundo de las marcas y los objetos se apoderan de los espacios virtuales, que en su amplia inundación del tiempo de sus receptores, inundan también sus intereses y aspiraciones, conformando por lo tanto nuevas realidades y expectativas sobre la base del consumo. Es así como en su contenido los *mass media* presentan un auge en la oferta reiterada de productos, cuyo espacio de emisión trascienden los límites de tiempo antiguos para su presentación.

La Red, por ejemplo, ofrece a sus usuarios un gran número de productos (avisos publicitarios de libros, diversiones para teléfono celular, computadores, estimulantes sexuales, estudios universitarios, jóvenes para entretenimiento sexual, etc.), por lo que la publicidad está presente en casi todas las búsquedas por internet, uniéndose con la televisión para tal fin. Ejemplo de ello lo encontramos en páginas de inter-

net de las cadenas de televisión (tanto nacionales como internacionales), y en las páginas de empresas que publicitan sus productos por ambos medios, y que se han convertido en programas televisivos de más de hora y media de emisión; algunas de estas páginas son: www.productosentv.com, www.premiere-direct.tv, www.publitv.com, www.biojuven.com, www.rosariomeditado.org, entre otras.

Por otro lado, la política comercial del neoliberalismo demanda a través de los *mass media* una *libertad* de mercado basada en la competencia feroz, en la que la fabricación de los productos se realiza mediante la unión de grandes empresas transnacionales, dándose así la desnacionalización que da paso a la suprema libertad del intercambio en el marco de la soberanía de la industria y del consumidor. Desde este modelo se desarrolla la consigna: “Una mayor oferta generará una mayor demanda”, lo cual hace que la comunicación quede impregnada de carácter mercantil (Gómez-Mont. 1992: 18-19). Anuncios publicitarios en televisión e internet dan cuenta de esta consigna de libertad que se presenta como beneficio particular al cual aspirar, siguiendo el mandato de una vida fácil y rápida en busca de la felicidad. Esto se observa en avisos publicitarios, como: “Con sólo dos minutos usted puede cambiar su vida”, “¿Qué puede ser más fácil?”, “Sentirse bien al sentirse más joven en tan solo 15 minutos”, “Estamos aquí para transformar tu vida en tan sólo 5 minutos y a un increíble precio”, “Ya basta de trabajar duro, use ... y reducirá su cintura rápidamente, sin esfuerzos ni fatigas”, “Aumente 5 centímetros en tan sólo un segundo”, “Un peinado de última moda, fácil y de inmediato”, “Fácil, sencillo”, “Reduzca unos kilos de más en tan sólo dos segundos”.

Avisos como éstos, transmitidos de manera repetitiva, a diario y a un público que posee el papel de educador, alimentan la conformación de una cultura de lo fácil y establecen como normatividad la emisión de comportamientos encaminados a conseguir lo

que se desea de una manera rápida y pragmática en pro de la satisfacción de los fines particulares. Además, transmiten la idea de que los logros de hombres exitosos se apoyan en la consecución inmediata de su más profundo deseo de omnipotencia, que Freud describió con lucidez en su texto *El malestar en la cultura* (1930). Muestra de esto lo plantean enunciados publicitarios que ordenan seguir a modo de norma el mandato de mantener la ilusión de una vida feliz, con el aderezo de poder satisfacer la vanidad del hombre y su anhelada felicidad: “Simplemente ser feliz”, “El matrimonio perfecto”, “Tengo 92 años, no puedo morir, daño mi imagen”, “Grandes celebridades y modelos han vivido 92 años, haz tú lo mismo”, “Haz que tu vida sea tan saludable y tan fuerte como la cuenta del banco”, “Cambia tu vida, salva tu vida”, “No me quiero sentir de 47, me quiero sentir de 22”, “Por naturaleza nos gusta ganar, así es la vida”, “Convierte las bacterias en algo totalmente inofensivo”, “Los que sólo piensan en ganar”.

También se encuentran avisos publicitarios en los que se invita a la trasgresión de fronteras como ideales del actuar: “El que se sale con la suya, ése eres tú”, “El que no admite fronteras, ése eres tú”, “Un lugar donde todo vale”. Mensajes como éstos invitan a la transgresión de los límites que se imponen a los deseos para alcanzar lo que se quiere a bajos precios y sin considerar las consecuencias. Si bien los avisos publicitarios no explicitan tal mensaje, no se puede negar la influencia que en tanto lenguaje tiene en los individuos, que por demás lo repiten en las calles como justificación de su actuar.

Ahora bien, en su gran mayoría, los avisos publicitarios, especialmente aquellos que se constituyen en programas televisivos con páginas en internet, se

apoyan en el conocimiento científico. De esta forma, tras la racionalidad y adelantos de la ciencia la economía neoliberal muestra una tendencia hacia una concepción de hombre que pone su saber al servicio del dinero y que delimita su capacidad intelectual a la generación de ingresos monetarios, lo cual exacerba el individualismo y el afán de ganar y poseer. De esta manera, la posición del hombre frente a sí mismo da un viraje que merece ser observado.

Discurso neoliberal y subjetividad

Cuando se aborda el terreno de la subjetividad, generalmente viene a la mente la idea de un sujeto cartesiano, es decir, de un sujeto en sentido gnoseológico; sin embargo, y sin desconocer la existencia del sujeto cartesiano, hablar del sujeto en sentido psicoanalítico implica girar la mirada del plano gnoseológico a su reverso, al nivel del inconsciente y, por ende, del deseo.

El concepto de sujeto en psicoanálisis fue acuñado por Lacan en 1945, para referirse al inconsciente como un sujeto de deseo, que contiene y mantiene una relación con el saber (Nasio; 2000: 5). Sin embargo, éste no es un saber proveniente de la razón, es más bien un saber derivado de la lógica del significante inmerso en el lenguaje, el cual se entiende como la conexión nunca precisa y siempre cambiante de una cadena de significantes², enlace del cual emerge el significado. Este saber implícito en el lenguaje es desconocido por el sujeto de la razón, pues proviene del deseo que se oculta en el inconsciente, y está dado en el lenguaje que conforma al inconsciente como sujeto, de allí, la frase lacaniana: *el inconsciente estructurado como lenguaje*, o como

² Un significante para Lacan es aquello que está relacionado con otro significante. La articulación de un significante con otro significante se produce en una relación de metonimia y metáfora. Por metonimia entiende Lacan, siguiendo las enseñanzas de Roman Jakobson, la unión de dos o más significantes en uno solo, mientras que la metáfora la entiende como la sustitución de un significante por otro (*Escritos*, 1966). Estos conceptos tienen su equivalencia en los conceptos freudianos de condensación y desplazamiento (*La interpretación de los sueños*, 1900).

también puede decirse, como discurso. Esto es, un sujeto –*subjectus*– sometido al lenguaje, hijo del discurso, efecto del *decir* que se constituye como el coeficiente de todos los acontecimientos en la historia del deseo, lo cual significa que el sujeto del inconsciente es el promedio de los efectos del deseo en cada uno de nosotros en relación con el deseo del Otro, entendido este Otro como el discurso que estructura el inconsciente (Nasio; 2000: 7-8).

En 1953, Lacan plantea un sujeto escindido en dos instancias: en un sujeto cognoscente y en un sujeto del inconsciente. Tal escisión implica la imposibilidad del ideal de una autoconciencia plena, en tanto que el sujeto nunca se conocerá completamente y siempre estará separado de su conocimiento racional gracias al deseo: “El deseo es el soporte de la escisión del sujeto” (Lacan, 2001: 752). Así, sujeto cognoscente y sujeto del deseo se dividen de manera irreversible por el efecto de un significante, al que Lacan designa como ‘Nombre del padre’ o Ley del Padre, palabra interdictora y fundante que separa al hijo de la madre y que tiene efectos de transformación en quien habla y en quien escucha; es decir, la palabra fundante que transforma al sujeto. Esta palabra es el *No* de la prohibición del deseo incestuoso que une a la madre con el hijo, relación que debe ser regulada por un tercero metafórico: el padre, para que así el hijo pueda ingresar al mundo de la cultura y del reconocimiento de la alteridad.

Es de aclarar que el padre en este contexto, no hace referencia al agente de paternidad comúnmente entendido como el padre encarnado o progenitor. El padre en cuestión hace referencia al “operador simbólico ahistórico que concierne a todo sujeto por cuanto ejerce una necesaria función estructurante del psiquismo humano” (Pombo, 2009: 253). Este padre es el representante original de la autoridad de la Ley y, por ende, de la castración, que conlleva a la represión, pues la ley y el deseo reprimido son una misma cosa (Lacan, 2001: 762). Este padre corresponde,

entonces, a la función misma del lenguaje en tanto operador simbólico de la regulación de las relaciones de parentesco, en las cuales se marcan la prohibición de los deseos fundamentales de los seres humanos: el deseo incestuoso y el parricidio. Por consiguiente, la Ley del padre al prohibir el desborde de las fuerzas naturales y primitivas de los hombres, pone el límite necesario para que surja la carencia y con ella ‘el deseo’.

Ahora bien, en lo concerniente a la relación entre el discurso neoliberal y la subjetividad actual, es de anotar que a partir de las premisas de ‘libertad’ y levantamiento de límites al deseo, con este discurso se está imponiendo una manera mucho menos obligante y costosa de hacer fortuna, a costa de quebrar las instituciones que propagaban la necesidad de que cada cual sea garante del conjunto, para pasar así a obtener individuos hiperflexibles, precarios, movedizos, abiertos a todos los modos y variaciones del mercado, en el que las únicas obligaciones justificadas son las de los intercambios mercantiles; toda institución que llegue a imponer sus referencias de autoridad y regulación social (políticas, trascendentales, morales...) sobre la base de una ley de limitación de las fuerzas individuales resulta inoportuna, pues “sólo un único imperativo es admisible: que circulen las mercancías” (Dufour, 2005: 172).

Este discurso que propende por la libertad de precios con miras a maximizar las ganancias de cada cual, que aboga por la desinstitucionalización, y en el que el hombre es llamado a una “libertad” sin responsabilidad, ha traído consigo el hecho de que cada cual pueda entregarse a la actividad mercantil persiguiendo sus propias metas sin tener que renunciar a nada en beneficio del otro, pues lo que cuenta es el beneficio particular (Dufour, 2005:170).

Así las cosas, la economía de mercado se consume todo; los recursos, las fuerzas de la naturaleza e incluso hasta el hombre mismo. En tal caso, el sujeto se

ubica en una posición de objeto-producto como parte de una discreta antropofagia, en la que la comercialización no sólo se consume el cuerpo en la productividad por la supervivencia, como ya lo había expresado Marx, al hablar de los “cuerpos productivos”, sino que ahora, también se consumen mentes, al punto de su reducción a la técnica (Dufour, 2007: 16). De acuerdo con Dufour, en el neoliberalismo asistimos actualmente a la destrucción tanto del sujeto crítico kantiano, como del sujeto neurótico freudiano; y nos encontramos frente a un nuevo sujeto/objeto “pos-moderno” (por llamarlo de alguna manera) que no cuestiona ni su consumo, ni la puesta de su inteligencia al servicio del comercio, y mucho menos su participación en las diversas acciones que amenazan el contrato social.

Con este discurso se empieza a fabricar un hombre nuevo y se establecen nuevas jerarquías de los objetos, lo real se hace presente a la luz de la televisión en imágenes que muestran todo, sin dejar lugar a la representación separando cada vez más la imagen del texto. Las sociedades neoliberales necesitan para funcionar a un sujeto acrítico, perverso y/o psicótico, es decir, sujetos que no reconocen el sentido de la ley del padre y al sobrepasar los límites a los que invita un mundo globalizado “sin fronteras”, tienden a pasar al acto y a instalarse como individuos en estado *borderline* (Dufour, 2007: 29). Son sujetos que se esclavizan y que gozan a la vez. El hombre es colocado en el lugar de un sujeto esclavo, acrítico, es decir, ubicado en la lógica neoliberal, no es más que un *objeto puro* como diría Lacan (1962), pues llega a ser tan superfluo, que se forja el mismo en una posición masoquista ubicándose como objeto de negociación o, más exactamente, de venta entre los otros que lo pesan como un bien banal que no habrá siquiera que preservar, a diferencia por ejemplo, del esclavo antiguo que imponía al menos respeto por su valor de mercancía.

En esta posición de objeto, el hombre expone su cuerpo, fuente directa de goce, a la reglamentación

normativa del comercio que le impone la forma como debe lucir y comportarse si desea ser aceptado en el intercambio social, sobre la base de la expectativa por alcanzar la felicidad. En búsqueda de la satisfacción del goce los individuos disponen sus fuerzas pulsionales al servicio de un nuevo orden, en cuyo lugar de amo se posiciona el consumo gobernado por el dinero y encarnado en los dominios de autoridades perversas que se ponen a su servicio; el resultado de ello es un cuerpo objetualizado cuyo dueño es el mercado. Por eso, es fácil encontrar en la publicidad enunciados que convocan a moldear el cuerpo a modo de clones, aun sin interferencia de modificaciones genéticas, que por demás se encuentran a flor del día: “Estimular al organismo de manera natural para dejar de producir la hormona de crecimiento y así envejecer menos rápido”, “Que se tenga la imagen de hombre fuerte consumiendo el jugo poderoso”, “Usted puede tener el cuerpo que quiera”, “Tener abdominales sexys”, “Eliminar las estrías de crecimiento y del embarazo”, “Tener un cuerpo esbelto”, “Moldee su cuerpo, libérese de esos gorditos que no le sientan bien”, etc.

En este orden de ideas, y desde el análisis del discurso neoliberal que compete a este estudio, se hace necesario ahora, comprender estos enunciados desde la tópica discursiva propuesta por Lacan. Para este autor, las operaciones discursivas se organizan en torno a la combinación de cuatro términos básicos: el agente, el Otro, la verdad y la producción. A su vez, cada uno de estos términos se implica con cuatro funciones: el orden, el goce, el saber y el sujeto dividido. De acuerdo con ello, el discurso se define por el lugar que ocupa cada uno de estos términos en la estructura a partir de la cual se ordenan, surgiendo así la clasificación de los cuatro discursos lacanianos: el Amo o discurso del orden, Analítico o discurso de la pregunta por el deseo, el universitario o discurso de la ciencia, el histérico o discurso de la destitución del saber (Lacan, 1968).

En el discurso del Amo, el lugar del agente es ocupado por un significante organizador de un orden y la regulación de una respuesta abierta al deseo. Este discurso responde a la división subjetiva por medio del orden u operación totalizadora mediante la cual se oculta la división del sujeto y se condiciona el acceso a la distribución del goce conforme a modos fijos (García, 2006: 54). Mientras en el discurso del Amo el agente es la dimensión del orden, en el discurso analítico el agente ordenador es la causa del deseo, que es un lugar vacío. Este discurso analítico, sin embargo, posee una cierta analogía con un quinto discurso propuesto por Lacan, el discurso capitalista, por cuanto tienen la misma estructura.

Ahora bien, si el discurso neoliberal, heredero del capitalismo, se considera desde esta óptica puede observarse que éste encarna por un lado la presencia de un Amo, en el que en el lugar del agente se ubicarían mandatos de un cierto orden de normatización, creando con ello la ilusión de un falso Amo, capaz de regular y ordenar el goce segregado por el discurso de consumo desde la perspectiva de la satisfacción, el placer, la felicidad y la libertad. Como efecto de esto, se produce en el hombre un vacío insoportable que pretende acallar a toda costa y del cual nada quiere saber. Así, en tanto regulador de un orden y a su vez de los deseos primitivos del hombre, lo que se encuentra en el discurso neoliberal, es una mezcla entre los discurso del Amo y el discurso capitalista, en el que se instaura la figura de un falso agente de Amo, despótico, producido y proliferado por la ley de la oferta y la demanda.

En relación con el deseo, el discurso neoliberal abriría aún más la brecha del sujeto escindido, apartando cada vez más del sujeto la relación entre su deseo y el saber de su verdad, pues se trata aquí de un hombre que se afianza en la omnipotencia de una razón tecnificada. Un sujeto así, desconoce el impulso que mueve su acción, pues considera como verdad sólo el saber que proviene del conocimiento de la técnica

y de la ciencia en el que se afianza su posición de objeto consumista y se pone de espaldas a su propia verdad, la cual queda no sólo ignorada, sino incuestionada. Al cambiar el lugar de posición del sujeto como subordinado a un falso Amo, varían también la posición del hombre frente a los intercambios con los otros, pues afianzado y tal vez identificado con un Otro que desconoce al semejante, se cambia también la posición del sujeto frente a la ley.

Cuando se considera la regulación a través de la ley y la autoridad, existe un Estado capaz de garantizar los intercambios monetarios; empero, mientras eso no suceda, ese garante simbólico, que era la razón, para el sujeto kantiano o la ley del padre para el sujeto freudiano se moviliza y, por el contrario, la sociedad se conforma de “actores que se consideran rigurosamente liberados y sin nada por encima de ellos que les impida la maximización de sus empresas” (Marcel Gauchet, citado por Dufour, 2007: 18). Esto es a lo que nos convoca el sistema económico y social de mercado, en tanto que el intercambio monetario tiende a desimbolizar el mundo, a los objetos y al mismo hombre, que pasan ahora a ser una cosa más, un producto que se intercambia por su estricto valor comercial y nada más.

Así las cosas, el sujeto queda ante el vacío de los vientos de los mercados o, como diría Lacan, no se hace efectivo o falla el significante que estructura y anuda la simbolización, es decir el Nombre del Padre, y los hombres sencillamente deben plegarse al juego de la circulación infinita y amplificada del lucro comercial. Mientras tanto, el planeta (hábitat del hombre por antonomasia) se convierte en un basurero de objetos desechables, producto de la proliferación infinita de objetos técnicos, cuya función consiste en afianzar el poder del dinero a partir de la enajenación del goce mediante mandatos publicitarios del tipo: “Tienes hambre de tecnología”, “¡Llame ahora mismo!”. Mandatos estos que crean un falso deseo con necesidad de satisfacción inmediata, y a

partir de los cuáles el falso Amo del dinero ejercer su función reguladora.

Ahora bien, la desimbolización afecta la lengua, con lo que se afecta también el discurso, quedando en juego la desimbolización en los intercambios humanos, es decir, el lazo social. El triunfo del neoliberalismo conlleva, entonces, una alteración de lo simbólico, lo que implica una verdadera mutación antropológica, pues, en la medida en que todo garante simbólico de los intercambios entre los hombres tiende a desaparecer, lo que cambia no es sólo el contrato social, sino también la condición humana. En el plano de lo colectivo se está dando, entonces, una cultura caracterizada por el reinado del dinero, la masificación de los modos de vida desde la individuación, la exhibición de la apariencia, el predominio y poder de los medios de comunicación y la tecnología, la propagación pública del espacio privado, la privatización del dominio público, en resumidas cuentas, una cultura de goces autorizados (Dufour, 2007: 20- 33).

En efecto, el hombre de hoy ha quedado expuesto y sujeto a la economía como su gran amo, en la que no sólo se requiere “menos Estado” sino menos de todo lo que pueda poner trabas al intercambio de las mercancías, dejando al sujeto suelto de la simbolización que implica la renuncia pulsional y teniendo como consecuencia el aumento de la violencia en el espacio social. Este hombre queda expuesto al ‘fetichismo de la mercancía’, en búsqueda de una vana realización entre objetos y no la realización en el plano de sus semejantes humanos (Pommier; 2000: 43-45), todo en pro del placer desmedido del goce, en donde el individuo en tanto objeto explota al otro y es explotado por el Otro. Éste es un sujeto que en tal dinámica de mutua explotación de recursos, extrae del semejante su máximo rendimiento, su riqueza, su valor y su utilidad para sacar provecho propio abusando de él; explota al otro para llevar al extremo las posibilidades de goce y de satisfacción (inevitablemente ligadas al cuerpo) y por esa vía, explotar

reventando los lazos que lo unen (que por su debilidad, podría decirse, son hilos) e incluso acabando con su cuerpo (Díaz, 2002: 22).

El neoliberalismo se instaure, entonces, como discurso perverso a partir del cual se impone un hedonismo sostenido por la promoción del egocentrismo y el consumismo, del cual Colombia hace parte. Los modelos esenciales tienden a ser capturados por las políticas de consumo, más allá de los valores de alta densidad simbólica, por lo cual se exagera el individualismo egocéntrico y la violencia, en detrimento de la solidaridad y el altruismo. En un contexto sociocultural, en el cual el hedonismo individualista y la posesión de bienes materiales se promulgan como los ideales de la cultura, la relación con el otro pasa a ser una relación puramente instrumental para acceder a las promesas de bienestar y satisfacción que ésta promueve. Así, una cultura que no pide renuncia para vivir en común sino que se cimienta en el desconocimiento del otro y en la exaltación de la satisfacción individual, no puede producir otra cosa que la degradación del vínculo social.

Como discurso perverso, el neoliberalismo impone a un padre autoritario y perverso en la figura de un Amo, que se encuentra respaldado por un padre débil representado por los sustitutos del Estado, que permite el hedonismo desmedido en el que todo vale, incluso la ilegalidad en detrimento de la solidaridad y el altruismo. En Colombia el modo de vínculo que se ha venido estableciendo culturalmente, ha implicado no sólo el desconocimiento del otro, sino la aniquilación en lo real del otro. Como es bien sabido por todos, reportes de violencia en Colombia (Jimeno, M., 2007; Uribe Alarcón, 2004; Rendón, J., 2003; Camacho, 1991; entre otros) dan cuenta de la presencia continua de acciones como el sicariato, el secuestro, las masacres, la tortura, los delitos de lesa humanidad, los atentados, las balaceras, etc., prácticas comunes y cotidianas que determinan el vínculo con el otro. Se unen a lo anterior problemáticas

como el desempleo, la pobreza, la violación de los derechos humanos, el desplazamiento, entre otros, que hacen que el tejido social se halle significativamente fracturado (Cardona & Agudelo, 2004).

Por tanto, nos enfrentamos a una nueva forma de subjetividad, a una nueva economía psíquica en la que se empieza a diluir la división subjetiva, pues el sujeto se pone de espaldas a su verdad dando rienda suelta a sus pulsiones sin aceptar la prohibición, nos encontramos ante un sujeto que se asemeja a un objeto en bruto y que en tanto tal, ya no se interroga por su existencia y elimina de sí la reflexión que le permite establecer la pregunta por el límite de sus acciones (Melman, 2005: 28). De allí que los actos sádicos y destructivos se hagan cada vez más presentes en la sociedad, incluso entre sus dirigentes, pues ésta se viene conformando cada vez más de individuos que no se encuentran atravesados por la palabra legislante del padre.

Conclusiones

En este panorama se puede llegar a concluir, entonces, que el discurso neoliberal contiene en su seno un lenguaje capaz de movilizar las emociones y las creencias de los individuos implicados, al punto de influir en la conformación de subjetividad del hombre contemporáneo, llevándolo a asumir una de varias posiciones: la de un sujeto desbordado en sus pasiones y deseo primarios que colindan con la emergencia del goce; la de sujeto acrítico, anárquico deleitado en una vida del facilismo; o en individuos que han puesto sus cuerpos y sus mentes al servicio y disposición del mercado, es decir, individuos que se ubican más como objetos que como sujetos. Todos ellos, ubicados como en la persecución de una individualidad que no permite la construcción o mantenimiento de una alianza simbólica en la que anide el contrato social.

Desde un discurso en el que se impone el consumo como norma, los hombres han reducido su existen-

cia a la más desnuda lucha por la sobrevivencia, la cual, por demás, reposa en una cultura que pone como mensaje contradictorio al esfuerzo por la adquisición de cosas, la capacidad de obtener una vida centrada en lo 'fácil', lo 'rápido' y lo *light*, con premisas del tipo "Haz que tu vida sea diferente, que nada te detenga". Así, la lucha por la supervivencia se convierte en un camino de goce en el que el hombre cambia de su posición subjetiva a la posición de un objeto más de consumo capaz de ser devorado. Por ello, el modelo socioeconómico vigente se encuentra fabricando, un sujeto tan 'libre' en sus pulsiones o deseos originarios, que queda *suelto* a la influencia del mercado, sin la posibilidad de agarrarse a ningún relato, a ningún significante anudador que lo sostenga, por cuanto la simbolización de la ley del padre queda desplazada por la objetualización y, por consiguiente, se genera un sujeto acrítico y sin responsabilidad.

Ahora bien, poco contamos ahora con una ley simbólica que guíe a los individuos, más allá de ello; hay una ley que se erige a sí misma como única y extrema autoridad, Ley de unos pocos que se imponen sobre el resto, encarnados en autoritarismos puestos al servicio de la comercialización. Esto amerita volver a una ley interna, la de la conciencia moral freudiana que posibilite el mantenimiento del contrato social, si no se quiere caer en un totalitarismo desmedido encaminado al retorno del darwinismo social. Vale la pena recordar las palabras de Rousseau, aquellas que declararon en su momento, que la autonomía no significa el fin de la ley, sino la búsqueda de las leyes que uno podría imponerse a sí mismo, pues una verdadera ley no se establece sin responsabilidad.

Estas formas de sujeto/objeto, sin embargo, no se han fabricado solas, sino que han tenido su ayuda gracias a los medios de comunicación, que privatizados y puestos al servicio de la publicidad, muestran mercancías que realizan milagros cotidianos, con grandes promesas y desde muy temprana edad, pues

hasta los futuros clientes desde muy corta edad y las madres que los educan, reciben el adecuado adiestramiento para consumir las más diversas mercancías. Los medios de comunicación, además, muestran los parámetros impuestos por la globalización, como la gran panacea que resuelve la incansable búsqueda del hombre por la felicidad, cuando por el contrario, lo único que se logra es erigir culturas que hacen sin pensarlo, apologías al sufrimiento; pues, en tanto, que el porqué no dé la respuesta perversa remplace a la interrogación por la responsabilidad del sujeto sobre su acción, se dará pie al miedo y a toda una serie de conductas transgresoras dentro de las que bien pueden considerarse las diferentes formas de manifestación de la violencia como consecuencia del desfogue pulsional.

De otra parte, una salida a esta situación puede darse por el camino que presenta Martín-Barbero (2003) cuando sostiene que la falta de una memoria común que ‘teja convergencias’ es de lo que se carece en Colombia. Es la Ausencia de una *Narración* que reconozca las diferencias y promueva las solidaridades, la que origina, desde los inicios de la Colombia emancipada, el vital des-anudamiento comunicativo que padecemos. Esa carencia remite a una historia llamada ‘*historia de la violencia de la representación*’, o escuetamente una historia que reitera la violencia simbólica, herramienta constante de la construcción

nacional de Colombia. Martín-Barbero piensa que esa falta de otredad causada por el ensimismamiento, por esa “angustia de contacto con el universo” que en los últimos años les ha costado la vida a miles de sujetos que se resisten al sistema, es una causa de nuestra violencia, cargada altamente de intolerancia, de esa radical incapacidad de convivir o mejor, esa convivencia frívola, sinuosa, autoritaria y elusiva.

Colombia necesita entonces relatos que *cuenten*³ para, a partir de allí, construir un relato nacional y así un rostro social, una nueva máscara, una nueva idea de persona en el retorno a un sujeto capaz de asumir la responsabilidad de sus actos, un sujeto capaz de “aceptar el humilde saber de nuestras máscaras o hipocresías, podría ser la mayor conquista que podamos hacer sobre nosotros mismos para transformar el destino latente en un destino patente, o sea, saber el significado universal de nuestras múltiples mutaciones” (Restrepo, 2001: 83). Mediante esta vía, tal vez los colombianos podamos restablecer verdaderamente nuestro tejido social y empezar a narrarnos desde una historia propia y no desde el tipo de hombre que conviene a otros. Aún es posible un cuarto tipo de sujeto, aquel capaz de vislumbrar el camino hacia el mantenimiento del lazo social, sujetos que aun centrados en la restricción de sus pulsiones y anudados estructuralmente en la ley del padre, asumen el cuestionamiento de la/su verdad.

Referencias

Aristizabál, E. (2002). Con licencia para gozar. En: *La invención del objeto a por Jaques*. Octubre de 2003, Bogotá: Cuarto de Vuelta Editores.

Cardona, A.M. & Agudelo, J.D. (2004). Lógicas subjetivas del vínculo social: una reflexión psicoanalítica.

En: *Revista de Psicoanálisis y Cultura, Acheronta Psicomundo*. N.º 19, julio de 2004, Revista electrónica, Disponible en: www.acheronta.org.

Díaz, C.L. (2002). Destrucción del cuerpo: de la fantasía al acto. En: *Desde el Jardín de Freud. Cuerpos*

⁴ *Contar* es un verbo mágico: es, a la vez, narrar historias y ser tenido en cuenta por el Otro, como cuando alguien pregunta, “¿Cuento con usted?” Y por esta misma línea, es evidente entender la identidad cultural como “una construcción imaginaria que se relata”.

- y goces contemporáneos*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, N.º 2, pp. 20-37.
- Dierckxsens, W. (2003). *Del Neoliberalismo al poscapitalismo*. Bogotá: Universidad Nacional.
- Dufour, D.R. (2005). Neoliberalismo y Economía Psíquica. En: *Desde el Jardín de Freud. Responsabilidad del sujeto, clínica de la culpa e impunidad*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. N.º 5. pp. 168-175.
- Dufour, D.R. (2007). *El arte de reducir cabezas. Sobre la servidumbre del hombre liberado en la era del capitalismo total*. Buenos Aires: Paidós.
- Fajardo, C. (2010). *Rostros del autoritarismo. Mecanismo de control en la sociedad global*. Bogotá: Le Monde Diplomatique.
- Foucault, M. (1978). *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI.
- Freud, S. (1913). *Tótem y Tabú*. En: Obras Completas, Vol. 13, Buenos Aires: Amorrortu.
- Freud, S. (1915). *Pulsiones y destinos de la pulsión*. En: Obras Completas, Vol. 14, Buenos Aires: Amorrortu.
- Freud, S. (1921). *Psicología de las masas y análisis del yo*. En: Obras Completas, Vol. 18, Buenos Aires: Amorrortu.
- Freud, S. (1930). *El malestar en la Cultura*. Vol. 21. En: Obras Completas, Buenos Aires: Amorrortu.
- García, H. (2006). *Deleuze, Foucault, Lacan. Una política del discurso*. Buenos Aires: Editorial Quadrata.
- Gherzi, E. (2004). *El mito del neoliberalismo* [en línea], Chile, CEP (Centro de Estudios Públicos) pp. 293-313. [Citado 06/03/2009]. Disponible en: http://www.cepchile.cl/dms/lang_1/autor_977.html.
- González, J.A. y P.S.J. (1998). *El neoliberalismo en América Latina. Carta de los provinciales Latinoamericanos de la Compañía de Jesús*. Bogotá: Opciones Gráficas Editores, Ltda.
- Kabeer, N & Humphrey, J. (1994). *¿Estados o Mercados? El neoliberalismo y el debate sobre las políticas de desarrollo*. En: Colclough, C. & Manor, J. (Comps.) México: Fondo de Cultura Económica.
- Lacan, J. (1945). El tiempo lógico y el aserto anticipado. En: *Escritos I*. 2001, México: Siglo XXI Editores.
- Lacan, J. (1953). Función y campo de la palabra y el lenguaje en psicoanálisis. En: *Escritos 1*. 2001, México: Siglo XXI Editores.
- Lacan, J. (1959-60). *La ética del psicoanálisis*. Seminario 7, Buenos Aires: Paidós, 1995.
- Lacan, J. (1963). Kant con Sade. En: *Escritos 2*. 2001. México: Siglo XXI Editores.
- Lacan, J. (1968). El envés del psicoanálisis. México: Siglo XXI Editores.
- Martín-Barbero, J. (2003). Nuestros modos de estar en el mundo. En: *Separata Revista Número*, Ed. 37, Bogotá, junio-agosto de 2003.
- Matías, S. (1998). *Intervencionismo y Neoliberalismo. Estados de Excepción y control Constitucional*. Bogotá: Ediciones Gustavo Ibáñez.
- Melman, C. (2002) *El complejo de Colón y otros textos*. Bogotá: Cuarto de Vuelta Ediciones.
- Melman, C. (2005). *El hombre sin gravedad*. Buenos Aires: Editorial Universidad Nueva del Rosario.
- Milmaniene, J.E. (1995). *El goce y la ley*. Buenos Aires: Paidós.
- Morales, J.C. (2006). *El hambre al servicio del neoliberalismo*. Bogotá: Ediciones Desde Abajo.
- Nasio, J.D. (2000). La paradoja del inconsciente. En: *PostData*, octubre de 2000, número 10. Revista *Aldabón* (Asociación Lacaniana de Analistas de Bogotá), pp. 3-8.
- Pombo, M. (2009). *El legado de Sigmund Freud. Una relectura de la Ilustración*. Buenos Aires: Lugar Editorial.

- Pommier, G. (2002). *Los cuerpos angélicos de la posmodernidad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Sánchez, J. (1997). *Crítica de la seducción mediática*. Madrid: Tecnos.
- Sladogna, A. (2005). Adolf Eichmann: ¿“Subjetividad” posmoderna? En: *Desde el Jardín de Freud. Responsabilidad del sujeto, clínica de la culpa e impunidad*. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, N.º 5, 2007, pp. 176-197.
- Suzuanaga, J.C. (2004) La impunidad legislada o el retorno de lo imposible: el padre real. En: *Desde el Jardín de Freud. Memoria, olvido, perdón y venganza*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. N.º 4, 2004, pp. 136-152.
- Vega, R. (1999). *Neoliberalismo: mito y realidad*. Bogotá: Ediciones Pensamiento Crítico.
- Zawady, M. (2007). La responsabilidad subjetiva. Actualidad del planteamiento freudiano. En: *Desde el Jardín de Freud*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, N.º 5, pp. 128-143.