



**Sobre espejos y lámparas: implicancias de la comunicación en el proceso de subjetivación.**

*Ricardo Bernardi*

El término subjetivación no figura en el Diccionario de la Real Academia ni tampoco en los diccionarios de psicoanálisis. Es utilizado sin embargo con cierta frecuencia en campos relacionados a las ciencias sociales como efecto de la influencia de la cultura francesa en nuestro medio. Presenta distintos sentidos, que en gran parte dependen de quien lo use: esta elasticidad semántica es, probablemente, uno de los alicientes que estimulan su uso. Como lo muestra este congreso, nuestro medio se plegó a este interés surgido en el psicoanálisis francés. Corresponde, pues, reconocer que también en el foro de la ciencia opera la circulación de las ideas en boga y dirigimos, en consecuencia, a las fuentes originales para tratar de indagar su significado.

Al parecer el término subjetivación fue utilizado por primera vez en 1991 por Raymond Cahn en su trabajo "Adolescence et folie"<sup>1</sup> y fue retomado y desarrollado en un coloquio reciente de la Société Psychanalytique de Paris<sup>2</sup>. En su primera acepción designaba la problemática del adolescente para construir un espacio psíquico diferenciado, situándose en un ámbito entre lo intra y lo intersubjetivo.

Sin duda subyace a este concepto la noción lacaniana de sujeto, aunque el concepto de subjetivación siguió un camino que lo aparta de este origen. El concepto de subjetivación apuntó más bien a destacar la instauración de un núcleo autónomo del sujeto, lo cual es en cierto modo una vuelta atrás, luego que la influencia lacaniana desacreditara la idea de una autonomía del yo y de sus procesos de adaptación. Sin embargo la idea de que el sujeto construye un mundo interior propio, buscando articular con mayor o menor éxito y precariedad las distintas influencias que recibe -del Ello, del Superyó, de la realidad exterior- es una cuestión indiscutible, aunque no novedosa, pues estuvo siempre presente en el psicoanálisis desde Freud en adelante. A esto se suma la idea de Winnicott de la creación de un espacio entre madre e hijo en el que el niño constituye su self apoyado en la mirada de la madre. La metáfora del espejo ha sido retomada en numerosas oportunidades y a través de distintas contribuciones y reformulaciones. La idea de la construcción de un espacio diferenciado aproxima la noción de subjetivación al concepto de identidad de Erikson, que es más amplio que el de subjetivación y caracteriza los fenómenos de permanencia y cambio que pautan las distintas etapas de la vida.

Para conservar un significado específico conviene, en mi opinión reservar subjetivación, para designar el proceso que conduce a que algo se vuelva subjetivo, es

---

<sup>1</sup> *Adolescence et folie. Les des liaisons dangereuses.* Le fil rouge. Puf 1991

<sup>2</sup> *SUBJECTIVATION: Un nouveau point de vue en psychanalyse. Coloquio de Abril del 2005 de la SPP.* (Los trabajos pueden encontrarse en <http://www.carnetpsy.com/Evenements/Subjectivation/Intervenants/index>.)

decir se relacione con un punto de vista propio. Podríamos decir que este sentido no incluye un mayor aporte psicoanalítico y en mi opinión esto es así. Los autores franceses intentan con todo darle un sentido psicoanalítico, sea haciendo referencia a una “subjetividad” primaria (Cahn), no muy distinta de la identificación primaria de Freud, sobre la que se apoyaría la subjetivación, sea hablando de un espacio psíquico compartido (no muy distinto al “grupo interno” del que hablaron E. Pichon, S- Arbisser y otros autores rioplatenses), sea señalando que la subjetivación se apoya en operaciones complejas de naturaleza inconciente y preconciente y pasible de fallas que darían origen a una patología de la subjetivación y a su tratamiento en el análisis.

Pese a estos esfuerzos en mi opinión este concepto aporta muy poco a los conceptos ya existentes de yo, self, identidad, etc. Resulta útil sobre todo para referirse al modo particular en la que cada persona o grupo desarrolla una perspectiva subjetiva en relación con su ambiente.

Lo dicho permite entrar en un problema planteado a este panel: la relación entre subjetivación, así entendida y los procesos de comunicación. Creo que los medios de comunicación ofrecen un ejemplo interesante. En forma muy resumida quisiera desarrollar algunos puntos que abordaré en el Congreso.

Podemos comenzar preguntándonos: ¿a la subjetividad de quién responden los medios de comunicación? Haciendo un uso libre del título del libro de M. H. “*El espejo y la lámpara*” cabe interrogarnos ¿Son los medios un foco que ilumina aquello que debemos ver del mundo? ¿O son un espejo que refleja aquello que la audiencia quiere ver? ¿Son antes que nada semiosis? ¿O mimesis?

Si llevamos la primera postura al extremo, llegamos a las teorías conspirativas, que sin duda encierran algo de verdad. En su libro “*Manufacturing Consent*”, N. Chomsky y E. Herman han intentado mostrar los mecanismos a través de los cuales los agentes de poder dominan la opinión pública. Pero el problema es sin duda complejo: la lámpara es también un espejo que refleja lo que la opinión pública quiere oír. Como señala Baudrillard, “la seducción representa el dominio del universo simbólico, mientras que el poder representa sólo el dominio del universo real” (Pág. 15). No hay fenómenos de comunicación en los que no pese de alguna forma la respuesta que se espera del receptor.

Un ejemplo de este interjuego de factores fue denunciado en un reciente congreso desarrollado entre el 11 y 13 de Abril del 2006, en Newcastle, Australia, sobre el tema del alarmismo o fabricación de enfermedades, proceso que conduce a un mayor consumo de tratamientos. Este congreso sobre “*Disease mongering*”, obligó a dirigir la atención hacia un fenómeno complejo: ya no se trata primariamente de vender remedios, sino enfermedades; los medicamentos se venderán por añadidura. La enfermedad depresiva se extiende a costa de lo que antes eran procesos normales de duelo, las oscilaciones del humor de variado origen se convierten en enfermedad bipolar, los chicos inquietos en trastorno por déficit atencional e hiperactividad, la pérdida de vigor con la edad en impotencia y así sucesivamente. No creo que las psicoterapias o el psicoanálisis escapen a este fenómeno. ¿Quiénes comparten la responsabilidad de que esto se produzca? ¿La industria farmacéutica, que indudablemente se beneficia de él? ¿Los médicos y psicólogos, que también obtienen de esta forma más dinero o poder? ¿Los medios de comunicación, que necesitan encontrar

noticias para difundir? ¿O el público que quiere que le aseguren que hay remedios disponibles para los infortunios de la vida? ¿O el gobierno que no controla adecuadamente el problema? Aceptemos que la creación de la subjetividad es un fenómeno a muchas voces.

En el centro del problema se colocan los circuitos malignos que impiden la reflexión crítica. En la exposición intentaré mostrar de qué manera los medios de comunicación y los psicoanalistas deberíamos comprometernos en el desarrollo de un discurso crítico-reflexivo que estimule la confrontación de ideas, frente a la tentación de un discurso apodíctico o de un discurso persuasivo-retórico. A su vez estos discursos se apoyan en valores de verdad, realidad y racionalidad (o más modestamente, de razonabilidad, acompañando en esto a Toulmin<sup>3</sup>), que en esta época posmoderna es más necesario que nunca conservar y recrear.

Julio 2006

---

<sup>3</sup> Toulmin, S. (2001). *Return to Reason*. London: Harvard University.