**Lo nuevo en el mundo del trabajo y el exilio del amor**

*Fernando España (NEL)*

“Lo que distingue al Discurso capitalista es la *Verwerfung*, el rechazo hacia afuera de todos los campos de lo simbólico […] De la castración. Todo orden, todo discurso, que se emparente con el capitalismo deja de lado, amigos míos, lo que llamaremos simplemente las cosas del amor. Ya ven, ¡eh! No es poca cosa”.

 Lacan, 1972.

Desde el origen de la civilización, en la época regida por el Nombre del Padre, el amor y el trabajo, constituyeron dos elementos de carácter estructural en la vida del ser humano. No por nada, Freud definió la salud mental a partir de la capacidad de amar y trabajar.

Sin embargo, con la declinación del Nombre del Padre y la irrupción del discurso capitalista en la cultura, la subjetividad ha sufrido profundas modificaciones. Y el lazo del sujeto contemporaneo con el amor y el trabajo no han sido la excepción.

Por ello, un elemento a interrogar en campo del trabajo, tiene que ver con la cultura del *Management,* los lazos y las prácticas a las que ha dado lugar; como uno de los rostros del discurso capitalista. Las vetas desde las que es posible vislumbrar su potencia son cada vez son más patentes y muestran sin velo, la promoción de modos de goce al servicio de la productividad y la rentabilidad, de las empresas y los mercados de consumo.

La fuerte presencia ideológica del *Management* en ámbito del trabajo y su amplio alcance, ha llevado a que saberes que se gestan en la más alta academia anglosajona y el mundo de la consultoría empresarial, permeen distintos campos sociales. A través de ideas y prácticas de uso cada más frecuentes que*,* bajo la lógica de imperativos ideológicos como *“Nothing is implosible”*, en su función de significantes amos, niegan la inexistencia de la relación sexual.

Lo humano pasa a ser considerado un recurso más en la empresa, al mismo nivel que el capital y la tecnología. Un factor entre otros. Lo que significa que la cuestión de los medios y los fines fue invertida. Lo humano se convierte en un medio para desarrollar la empresa, y la empresa ya no es un medio o recurso para desarrollar lo humano (Gaulejac, 2013).

Acorde a la lógica de discurso capitalista, se aprecia la inversión en la relación del sujeto con el trabajo. Que de haber sido en su origen un medio, se transformó en el fin en sí mismo. Convirtiendo al sujeto en el objeto de dicho fin, al inducirlo a un lazo sin la mediación de algún punto de imposibilidad; a través de la promoción de una relación toxicómana al trabajo. Bajo la promesa de un éxito que, si llega a ser alcanzado, termina por resultar insuficiente.

De esta forma, desde el *Management* y la cultura que promueve, se pretende establecer la idea de sujetos poseedores de un pensamiento que ellos mismos pueden controlar. Cuyo lazo al cuerpo es relegado a segundo plano y reducido a un uso meramente pragmático, al servicio del rendimiento.

En el artículo *“Tú según los números”,* publicado en la importante revista de negocios, *Harvard Business Review*, su autor afirma lo que llama el *autoanálisis*, le permite al individuo tomar el control de lo que sucede.

“Puede desarrollar experimentos autónomos para identificar qué tareas y técnicas le hacen ser más productivo y estar más satisfecho, y a partir de ahí, implementar los cambios necesarios […] Para hacerlo bien, tienes que entender las herramientas y desarrollar un enfoque […] El primer tipo [de herramientas] son las de seguimiento*,* que revelan patrones que te ayudan a establecer objetivos. Te permiten documentar rutinas y respuestas físicas, como las horas de sueño, el ritmo cardiaco y los alimentos consumidos o las calorías quemadas –información que puedes usar para saber, por ejemplo, cómo el consumo de cafeína y de azúcar afectan tu rendimiento laboral, o qué interacciones en la oficina hacen subir tu presión arterial” (Wilson, 2019, p. 93).

Se aprecia la promoción de modos específicos para gozar, entre los llamados “lideres de las organizaciones”, a través de nociones como *autoanálisis, resiliencia, ambiente, hábitos* y *sistemas.* Que promueven la idea de un control y un dominio (físico, mental, emocional y espiritual) de las personas, en benéfico de la rentabilidad organizacional.

Se intenta forjar sujetos *auto-gestivos* -más allá del deseo y lo singular del goce de cada uno-, sin la necesidad de un lazo al Otro; y una supuesta inexistencia del síntoma, que bien sabemos constituye un índice irreductible del malestar en la cultura.

El *Management* representa una industria que orienta sus esfuerzos a la promoción de sujetos exiliados de su inconsciente y por lo tanto del amor. En la medida en que el lazo con el Otro, al no ser fuente de algún beneficio o de la optimización en su rendimiento; constituye un obstáculo en la carrera al éxito. El rechazo radical del amor, la forclusión del sujeto, el aplastamiento del inconsciente y el goce al servicio de la rentabilidad, son patentes.

Sin embargo, nuestra práctica y los sujetos que son alojados al interior de la experiencia analítica, a través de distintos malestares (insomnio, estrés, depresión, ansiedad, entre otros) y los síntomas que ahí toman forma, muestran que el inconsciente aun existe e insiste en ser escuchado.

De ahí la importancia de una clínica del trabajo que, permita encontrar formas de hacer *ex-sistir* una política del síntoma que apuntale, uno por uno, un saber hacer con lo singular del goce y el deseo que habita en cada *parlêtre*.

**Bibliografía:**

Gaulejac, V. El costo de la excelencia. Recuperado de: <https://sociologiafdtbo.wordpress.com/2013/06/17/vicent-de-gaulejac-el-costo-de-la-excelencia/>

Lacan, J (2012). Hablo a las paredes. Buenos Aires: Paidós.

Wilson, J (2019). Tu según los números. En Rodríguez y Reverté (Ed.), *Inteligencia Emocional: Auto Conciencia*. Barcelona: Reverté Management. Boston: Harvard Business Review Press.