

Grupo: La posición ética del psicoanalista

La mercantilización del psicoanálisis

Alejandro Pignato (FEP)

Los efectos post pandemia se manifiestan en distintos ámbitos de la sociedad. Muchas actividades se llevaron a cabo en la modalidad online y luego apareció la modalidad híbrida. En las redes sociales vemos un aumento de la oferta de terapias, cursos de formación, e incluso diplomas online. Estas prácticas llegan también al psicoanálisis. Vemos propuestas formativas que utilizan lenguajes publicitarios como si se tratara de un producto más del mercado. Estos hechos nos llevan a pensar tanto en qué papel juega la seducción para obtener nuevos “pacientes” (clientes) y la posición ética con respecto a nuestra práctica: ¿al servicio de una ética de bienes?

Los tratamientos a distancia no son algo nuevo. Desde que las comunicaciones empezaron a ser más baratas empezó a ser cada vez más frecuente la modalidad telefónica que, actualmente, se ha transformado en online. Hace muchos años existían métodos económicos para hablar por teléfono. Se podía seguir sosteniendo un análisis “a distancia” por teléfono. A comienzos de la pandemia en gran parte de la comunidad de psicoanalistas hubo grandes resistencias a implementar modalidades virtuales.

El avance de la tecnología, supuestamente, simplificaría muchas situaciones y se ha llegado a decir que con la tecnología, muchas tareas automatizadas permitirían que la gente tenga más tiempo libre y trabaje menos. El efecto es el contrario. En el ámbito laboral la tecnología está llevando a que haya menor oferta de trabajo y que las empresas ganen más.

En cuanto a la incidencia de las nuevas tecnologías en el análisis también se plantean paradojas. Por una parte aparecen propuestas, sobre todo en redes sociales, de atención “psi” online siguiendo diferentes líneas teóricas. He tomado un par de ejemplos encontrados en Facebook en grupos de argentinos en Barcelona:

“Mi mamá está ofreciendo sesiones de psicología en línea para argentinos en España, a un precio muy económico y super profesional”

“Mi nombre es XXX y soy psicóloga. Atiendo desde la psicoterapia integrativa, es decir, ajustando el tratamiento a cada paciente, brindando no sólo un espacio de escucha, sino herramientas prácticas para lo que esté sucediendo”. Completa su publicidad con “trastornos de ansiedad, síndrome del inmigrante, autoestima y dificultades vinculares”.

En los primeros encuentros de nuestro grupo de trabajo, siguiendo los ejes temáticos que convoca este congreso, pensábamos como sostener una posición ética ante un intento, desde el discurso del amo, de masificar y transformar en objetos de consumo incluso los tratamientos terapéuticos.

En los ejemplos anteriores lo vemos claramente: precios económicos, psicoterapia integrativa (sirve para todo), herramientas prácticas (soluciones sencillas). Las psicoterapias se transforman también en objetos de consumo a precios económicos.

Pero hay más... hay propuestas muy diversas que apuntan a insertar a los psicoterapeutas en una especie de economía de mercado. Hemos visto plataformas que tratan a los psicoterapeutas como “riders”. También me ha llegado una oferta de colaboración en la cual me ofrecían hacer crecer mis “negocios” con “clientes”. La plataforma era para asistir al empleado digital. La propuesta incluía lo siguiente:

- En calidad de terapeuta, ganarás 60 euros cada sesión, sin costes añadidos.

- Te pagamos después de cada sesión, también en caso de ausencia repentina del cliente o en caso de anulación de la sesión en las 24 horas precedentes.

- Trabajarás con los clientes corporativos por un número ilimitado de sesiones.

El sistema capitalista se inserta en diferentes ámbitos y se apodera de un discurso, lo hace propio y lo mercantiliza.

La pandemia ha dado visibilidad a algo que no era nuevo: la objetivación/cosificación del sujeto y el empuje a transformarlo en un “homo consumendis”, sujeto que consume y que alimenta el sistema.

Desde el discurso del amo, aparecerán formas diversas para acallar la angustia, medidas adaptativas apuntan a sostener un sistema.

No llama la atención que aparezcan estas propuestas. La concentración de distintas líneas de pensamiento para ofrecer un producto que pueda ser consumido es una estrategia capitalista efectiva.

Pero lo que nos preocupa es que ese mismo discurso y esas mismas prácticas vayan invadiendo nuestra práctica.

Intentos de modificar un encuadre aparecen con frecuencia: pacientes que cancelan sesiones y no están de acuerdo en pagarla argumentando que avisaron con tiempo, resistencias a pagar honorarios razonables para no sacrificar otros objetos de consumo, cuestionamiento de la frecuencia de sesiones, etc.

Las neurociencias y las terapias homologadas por la medicina utilizan un discurso que descalifica al psicoanálisis amparándose en el discurso de la ciencia.

Pero no es el sujeto que acude a una consulta quien tiene que tener en claro que de lo que se trata es de un psicoanálisis. Esa tarea es del psicoanalista. El sujeto puede pensar que va al psicólogo o a hacer “terapias” pero quien tiene que tener en claro que se trata de un análisis (o al menos aspira a serlo) es el analista.

Pero ese discurso seductor del marketing llega también a psicoanalistas y a instituciones. Las redes sociales son un buen ejemplo. Vemos propuestas con diseños gráficos que no apuntan solamente a algo bonito sino también a utilizar recursos de venta. Hemos visto carteles de instituciones psicoanalíticas que ofrecen cursos con información de venta, por ejemplo: “incluye: 15 sesiones; 45 horas en total, acceso a las grabaciones, constancia al finalizar; -precio-“ y para finalizar: “pregunta por nuestras promociones”. Solo habría faltado agregar “nuestros teleoperadores están esperando tu llamada”.

En el ámbito público, lo que se ha convenido en llamar sanidad pública, vemos que las administraciones están privatizadas lo que conlleva a que, desde la perspectiva administrativa, el objetivo sea optimizar la gestión y obtener ganancias.

La pregunta que surge en cuanto a la posición ética del analista está vinculada a cómo sostener una práctica sustentada en un cuerpo teórico sólido y convivir con determinantes actuales tales como cuestiones

-terminológicas: ansiedad, depresión, ataques de pánico, etc.;

-de encuadre: frecuencias de las sesiones, diagnósticos, informes, tiempo de duración del tratamiento, etc.;

-de demandas: dígame lo que tengo que hacer para la semana que viene, y eso cómo lo cambio, etc.

Partiendo del análisis que propone Lacan en “El reverso del psicoanálisis” surge un debate en la actualidad: por un lado una apuesta ética para poder seguir sosteniendo nuestra posición y por el otro, una especie de resistencia a la invasión de un discurso y unas prácticas que, de manera camuflada, intentan apoderarse ya no sólo de un espacio sino también de un discurso. El debate que podríamos pensar es cómo evitar que las condicionantes actuales nos hagan caer en recursos tomados del discurso del amo.

La posición ética no es un paradigma nuevo ni un aporte exclusivamente lacaniano. Freud también insiste en cuestiones tales como la regla de la abstinencia, la neutralidad del analista, la protección de la intimidad del paciente, etc.

El avance de la ciencia y la tecnología hace surgir constantemente estos planteos éticos. A todo esto, debemos agregar el surgimiento de la inteligencia artificial que comienza a invadir espacios.

La exigencia de parte de muchos consultantes a que ocupemos el lugar del saber, del amo (dígame qué tengo) es algo con lo cual venimos trabajando desde que se creó el psicoanálisis.

Enfrentarnos a este obstáculo implica una labor que podríamos calificar de artesanal.

Pero hay otros aspectos que vemos atravesados por el discurso capitalista que llevan a una cierta mercantilización del psicoanálisis.

Las frecuentes “primera entrevista gratis” que están incluidas como opción en portales para ofrecer tratamientos psicológicos, indican una suerte de recurso de marketing: venga que lo voy a convencer (seducir) para que empiece un tratamiento.

No podemos operar por fuera de una estructura social dominada por el discurso del amo.

Tampoco podemos negar la existencia de esta estructura. Tal vez la apuesta vaya en el sentido de como sostener un discurso psicoanalítico en la época actual.