

***Mad Men*: una reflexión ética sobre el consumo desde la perspectiva del fantasma**

Juan Pablo Duarte *

Universidad Nacional de Córdoba

Recibido: 20/1/2026 – Aprobado: 12/2/2026

Resumen:

El presente ensayo articula una reflexión ética en torno a la noción de fantasma en el marco de un contexto del lazo social marcado por la inexistencia del Otro. Tomando como territorio de análisis la serie *Mad Men* propone una reflexión en torno al consumo y su articulación con el síntoma y el objeto *a*.

Tomando como referencia los desarrollos de Freud, Lacan y Miller, *Mad Men* se aborda como una forma ficcional que permite leer una mutación en los modos de tratamiento de la falta. Allí donde las formas míticas proveían un orden significativo y la novela ofrecía un soporte fantasmático articulado al Otro, la serie pone en escena un desplazamiento hacia el objeto de consumo como respuesta privilegiada, promoviendo un modo de goce desarticulado de la mediación simbólica.

El análisis de Don Draper y de Manhattan permite situar este desplazamiento como un problema ético. Finalmente, se ensaya el planteo en torno a la forma serie como un dispositivo privilegiado para abordar lo real contemporáneo, no mediante su representación sino a través de la puesta en escena de sus impasses.

Palabras clave: Ética, Fantasma, Inexistencia del Otro, Consumo, Objeto *a*, Síntoma, *Mad Men*.

Abstract:

Mad Men: an ethical reflection on consumption from the perspective of the ghost.

This essay articulates an ethical reflection on the notion of fantasy within a context of the social bond marked by the inexistence of the Other. Taking the series *Mad Men* as its field of analysis, it proposes a reflection on consumption and its articulation with the symptom and object *a*.

Drawing on the developments of Freud, Lacan, and Miller, *Mad Men* is approached as a fictional form that makes it possible to read a transformation in the modes of dealing with lack. Whereas mythical forms provided a signifying order and the novel offered a fantasmatic support articulated to the Other, the series stages a shift toward the object of consumption as a privileged response, promoting a mode of jouissance detached from symbolic mediation.

The analysis of Don Draper and Manhattan allows this shift to be situated as an ethical problem. Finally, the article advances the hypothesis that the series form constitutes a privileged dispositif for approaching the contemporary real, not through its representation but through the staging of its impasses.

Keywords: Ethics, Fantasy, Inexistence of the Other, Consumption, Object *a*, Symptom, *Mad Men*.

Introducción

Ambientada en los años sesenta, *Mad Men* (AMC: 2007-2015), aborda la vida de los agentes y ejecutivos publicitarios de algunas de las agencias ubicadas en los rascacielos de Madison Avenue. Manhattan, la agencia *Sterling Cooper* y fundamentalmente su Director Creativo, Donald Draper, son algunos de los ejes en torno a los cuales gira la historia. Don

*juanpduarte2@hotmail.com

Draper es presentado como alguien que se diseña a sí mismo al modo de un aviso publicitario. Roba una identidad, deja atrás su pasado y se transforma en un exitoso ejecutivo de Nueva York, casado con una bellísima esposa, tres hijos y una casa en los suburbios.

Desde este personaje, *Mad Men* pondrá en escena una de las ciudades claves para pensar la subjetividad contemporánea, Nueva York. Descrita por el arquitecto holandés Rem Koolhaas como “la piedra de Rosetta del siglo XX” (Koolhaas, 2004, pág. 9) es una de las ciudades del mundo que, como describió Richard Sennett hacia finales de la década del noventa, “más se ha destruido para crecer” (Sennett, 1997, pág. 384). De este modo, Don Draper no solo constituye un personaje protagónico sino un actante cuya función es dotar de un cuerpo vivo y de una imagen a Manhattan y a la cultura neoyorkina de los sesenta desde al menos un punto estructurante: tanto Don como la ciudad en la que vive y trabaja pero también como una buena parte del mejor relato serial de principios de los años dos mil avanzan borrando su historia en una interminable acumulación de fragmentos.

La noción de fantasma, articulada al género de la novela primeramente por Sigmund Freud en su texto *La novela familiar del neurótico* (Freud, [1908] 1992) y posteriormente al mito por Jacques Lacan en *El mito individual del neurótico* (Lacan, 2010), encuentra en *Mad Men* un territorio para su puesta en tensión ya que por sus características presentaría variaciones respecto a estas dos formas narrativas. En segundo término, esta puesta en escena del estatuto ficcional del modo mítico y novelado de narración de sí permite considerar una de las formas que podría adquirir el fantasma como categoría epistémica en el marco de un contexto social dominado por la inexistencia del Otro, la puesta en evidencia de la debilidad de sus semblantes y la promoción del objeto plus de goce como principal vector identificatorio (Miller, 2010).

El fantasma y la novela

El primer obstáculo para abordar el fantasma en una serie como *Mad Men* –y en casi cualquier serie actual– es que las series toman como eje central el síntoma (Wajcman, 2010). Lo que hace serie en *Mad Men* y en muchas otras series actuales no es el fantasma sino la dimensión real del síntoma (Duarte, 2020).

El fantasma, particularmente en el registro imaginario, incluye los aspectos biográficos que Don intentó borrar. Desde esta perspectiva, se trata de un personaje vacío de pasado, de historia y, desde el análisis textual, sin “psicología”, es decir, sin un repertorio de gestos, actitudes o lazos propios (Casetti & di Chio, 1991, pág. 178). Harry Crane, uno de sus compañeros, se refiere a él en estos términos: “¿Draper? ¿Quién sabe algo de ese tipo? Nadie ha podido levantar esa roca, todavía. Debe ser Batman por lo que sabemos” (Weiner, 2007). Este aspecto del fantasma, rechazado por Don y también por otros personajes de las series, es central en la novela clásica, una forma de relato dominante en el siglo XIX y comienzos del XX (2008, pág. 81), tal es así que Freud la propuso como un estadio del desarrollo infantil en la neurosis y no solo esto, un estadio que le sigue a otro estadio previo que es el mito (Freud, [1908] 1992, pág. 220).

La forma serie y el síntoma

Gérard Wajcman realiza un recorrido similar al de Freud. Distingue la novela del mito, que constituye su forma histórica precedente, y propone que en la actualidad existe otra forma dominante: la serie. Cada una de estas tres formas posee un correlato subjetivo. Mientras que el mito es un relato colectivo que tiene como finalidad ordenar el mundo a través del

significante, la novela clásica ofrece al sujeto un refugio del mundo y la posibilidad de encontrarse en un relato interior, una fantasía o un mundo propio que el artista logró hacer social (Benjamin, 1999, pág. 201). Las series, en cambio, ponen en escena un síntoma que tiene, a modo de un elemento, que no puede ser ordenado por el significante ni habilita un modo de resguardo. Esta particularidad del síntoma, que no solo está vectorizada por Don Draper sino también por la isla de Manhattan de *Mad Men*, cobra un enorme protagonismo en la última enseñanza de Lacan.

Desde la perspectiva de Freud, podía pensarse en una relación causal entre síntoma y fantasma o, en otras palabras, que en el corazón del síntoma había algo así como una novela. Más adelante, sin embargo, Lacan situará en el corazón del síntoma algo muy distinto de la novela y del mito: una no-relación, una imposibilidad, algo que no cesa de no escribirse pero que, sin embargo, hace serie en los cuerpos hablantes. Desde la perspectiva de la primera enseñanza de Lacan, ese corazón estaba ocupado por un mito a descifrar (Miller, 2018, págs. 308-309, 311 y 334).

Desde esta perspectiva podría sostenerse que los síntomas de esta no relación no escriben mitos ni novelas clásicas, tampoco se emplazan en el mismo mundo en el que surgieron estas formas. Las series nos hablan de este otro mundo y de las otras formas que asume su formación civilizatoria más portentosa, la ciudad.

La ciudad en el mito, la novela y la serie

La idea de un interior frondoso que rectifica la realidad y le ofrece al sujeto un refugio en su fantasma tiene origen en un momento en que las ciudades comenzaron a tornarse más complejas, incomprensibles, hostiles, dinámicas, veloces y desordenadas. El surgimiento de la novela coincide con la modernidad, con la aparición del libro, de los periódicos y fundamentalmente con la posibilidad de estar sólo:

La cámara de nacimiento de la novela es el individuo en su soledad; es incapaz de hablar en forma ejemplar sobre sus aspiraciones más importantes; él mismo está desasistido de consejo e imposibilidad de darlo. (Benjamin, 1999, pág. 114).

Este mundo moderno y sus nuevas ciudades como París, Londres o Viena, dejaron al sujeto desasistido del consejo que tenía sus fuentes en la narración clásica, un relato anclado en un orden natural y transmitido como tradición colectiva. Y este nuevo contexto de algún modo impulsó al sujeto a buscar en él, en su fantasma, en su novela personal, el refugio de un mundo inhóspito, que ya no resultaba del todo ordenable en la estructura del significante, un mundo del que ya no podían decirse cosas ejemplares, como las que se encuentran en el mito, en la epopeya, en la fábula y otros relatos. La invención del psicoanálisis también tiene lugar en esas ciudades inhóspitas.

La ciudad, como uno de los elementos centrales de las series actuales, permite abordar la forma del síntoma en un registro que excede lo meramente individual. No se trata del síntoma como rasgo privado del sujeto, sino como efecto del régimen del discurso que organiza lo colectivo. En ese punto, el síntoma adquiere una materialidad específica: se inscribe en el espacio urbano, en sus arquitecturas, en sus segregaciones y en sus modos de circulación del goce.

Don y Manhattan symptom

En *Mad Men*, ese fantasma de enorme consistencia narrativa que le proporciona al sujeto un escenario al que recurrir y del cual gozar no es un recurso del todo disponible para interpretar el sentido del síntoma o de los síntomas De Don Draper. Sus síntomas no se reabsorben en su historia porque básicamente, es muy poco lo que se logra saber de la historia de Don. Se trata de alguien que no se refugia en su interior sino que lo rechaza. Sus síntomas no se dirigen al Otro en busca de una interpretación, de un reconocimiento, no son un mensaje a descifrar no podrían interpretarse como una formación de compromiso.

En *Un nuevo imaginario del self-made-man americano*, Jorge Assef se refiere a los síntomas de Don Draper como emergentes de las grietas de un personaje “vagamente civilizado”, expresión que Lacan utiliza en *La instancia de la letra* (2009, pág. 493) y que en este contexto se refiere fundamentalmente a las repetidas crisis de ansiedad pero también a “un alcoholismo que disimula, la adicción a la nicotina, los ataques de pánico, los arranques de ira, los fenómenos de huida de su hogar, el empuje a esconderse en el sexo sin poder parar” (Assef, 2021, pág. 36). Se trata de síntomas diversos pero que remiten a una modalidad de goce que no se organiza en el Otro. En este sentido no se trata de síntomas mitificables, ni novelables sino de síntomas que ponen en primer plano al cuerpo. Y eso resulta interesante ya que no se dan en cualquiera sino en un *mad men*, en un genio creativo que a lo largo de la serie intentará dar a sus síntomas una forma social e instalar un nuevo tipo de narración que, al igual que sucedió con la novela y con el mito, afectará de una manera decisiva la subjetividad, la narración publicitaria, capaz de vaciar a los objetos de su sentido previo para colmarlos de nuevas significaciones que los tornen más apetecibles o seductores al consumo.

El objeto de consumo

Quizá el vínculo más evidente entre *Mad Men* y el fantasma deba ubicarse en el objeto de consumo y lo que podría ser su función en el fantasma, la de obturar algo que no hay pero que no es una simple ausencia, es algo que no cesa de no escribirse en un sujeto. Si bien hay infinitas formas de que un sujeto pueda arreglárselas con lo que no hay, las salidas podrían inscribirse entre dos registros: el registro del sujeto barrado que recurre al significante para encontrar una metáfora que lo represente, que es algo que se hace patente en el relato mítico pero también en la novela y, por otro lado, el registro de la conexión fantasmática, donde el recurso al objeto de satisfacción prevalece sobre la metáfora subjetiva (Miller, 2010, pág. 36). Haciendo un paralelismo, podría decirse que una y otra solución prevalece en distintas épocas de modo tal que, desde la necesidad de un cuarto propio para estar en soledad, escribir o leer al “necesito un trago”, quizá la frase más recurrente de *Mad Men*, hay un mundo de distancia.

La publicidad o mejor dicho las estrategias de Don Draper, los ejecutivos, los creativos y los empresarios de *Mad Men* son de lo más ingeniosas, variadas y divertidas pero su éxito –su eficacia– podría leerse desde un punto: lograr que el sujeto, que como efecto del significante está siempre en falta, opte por el recurso al objeto y se fije en este recurso en lugar de optar por el recurso al significante. Podría decirse que los publicistas de *Mad Men* están lejos de buscar que alguien crea en las virtudes de los objetos que ofrecen, en lugar de eso se trata evitar cualquier indicio de culpa, vergüenza o indicio de angustia que obstaculice la vía hacia el objeto de consumo:

La publicidad se basa en una cosa: la felicidad ¿Saben lo que significa la felicidad? Felicidad es el aroma de un auto nuevo, es no sentir temor. Es una cartelera en el camino que, a gritos, les asegura que lo que hacen no tiene nada de malo (Weiner, 2007. S01E01)

Si Don está en condiciones de imponer este recurso es entre otras cosas porque él creó su vida a imagen de una campaña publicitaria. En otros términos, Don puede lograr que la relación a elementos tan heterogéneos como un par de medias de nylon, un auto, un presidente, una gaseosa, un paquete de cigarrillos –por un momento– se presenten como objetos que obturan, cierran y taponan ese no hay nada a nivel del sujeto. Lo más potente de la serie es que el propio yo de Don se incluye entre estos objetos tan eficaces como efímeros.

Don y todos los personajes deben ascender, alcanzar un plus, ir más alto para retrasar la caída, el desastre, la ruina personal, que es una posibilidad que está siempre presente. Pero sucede algo: su posición, su familia ideal, su carrera, incluso su nombre, no tienen para él la solidez narrativa de una novela, tampoco le ayudan a ordenar el mundo, sino que se desvanecen como un *packaging* y cuando esto sucede se repite de manera cruda cierta imposibilidad para hacer otra cosa que caer interminablemente en algún abismo.

El cartel que recuerde que lo que hace está bien es una necesidad constante en Don y en sus clientes. En este punto, la relación a algún objeto de consumo o al mundo como objeto de consumo hace consistir el fantasma pero implica también un tipo de dolor que se disfraza de éxito y obtura la posibilidad de una queja o algún tipo de demanda, un sufrimiento que, a diferencia del síntoma, parece complacerlo o consolarlo de sus síntomas, el sufrimiento del fantasma.

Mad Men, una de las series más potentes de la serialidad contemporánea permite percibir que si el sujeto fue un recurso en el siglo XIX, un refugio, con su intimidad, con su interioridad y con sus castillos en el aire, ese tiempo llegó a su fin. En el siglo XXI, del otro lado de la pantalla, el espectador podrá reconocer que algunas de las fragilidades de su relación a un simbólico de slogans lo acercan a un personaje como Don y que la increencia en lo simbólico y las respuestas que derivan de ella pueden estar exentas de literatura pero no de dolor.

Manhattan

Y ese cambio en el orden del discurso que se produce con la emergencia de formas tan dominantes como la novela, a la hora de articular la experiencia subjetiva, sucede en una ciudad, más específicamente en un sector de una ciudad, en Manhattan, la isla desde la cual *Sterling & Cooper* y luego *Sterling Cooper Draper Pryce* intentan cambiar el mundo.

De modo que, para tratar de entender este fantasma que se vuelve a crear casi al mismo tiempo que cae y no logra –de todo– consolar al sujeto de sus síntomas, es posible interrogar algo de lo que pasa en esa ciudad, en la que el objeto de consumo logró elevarse al estatuto de ser el principal recurso con el cual taponar la ausencia de relación sexual. En otros términos, interrogar la ciudad es también un ensayo de referirse al inconsciente al que se articula el goce de Don Draper evitando el riesgo de psicologizar el análisis. En resumen, para leer a Don no hay que intentar reconstruir su historia sino enfocarse en la ciudad ya que el inconsciente de Don podría ser Manhattan. Y es justamente desde este sector de la ciudad, no desde Viena, ni París ni de Londres sino desde este lugar de Nueva York desde donde este modo de gozar se expandirá globalmente.

Manhattan, es una isla descrita por el urbanista Rem Koolhaas como “la piedra roseta del siglo XX” (Koolhaas, 2004). Lo curioso es que Manhattan y por extensión la ciudad de Nueva York, a diferencia de otras ciudades del mundo, creció y cambió borrando sus rastros e historia.

En el episodio “Amor entre las ruinas”, el segundo de la tercera temporada, un grupo empresario quiere derribar *Penn Station*, destruir la estación ferroviaria que reflejaba la memoria histórica de la ciudad para construir el *Madison Square Garden*, un lugar de entretenimientos. Don opina al respecto: “un cambio es un cambio, no es bueno ni malo. Si no te gustan las críticas, cambia de conversación y por supuesto, haz el cambio de igual forma.” Pero la estación es solo un ejemplo de lo que pasa con Manhattan. Tal es así que el sociólogo Richard Sennett sostuvo que quizá se cuente con más evidencia de Roma en la antigüedad que de Manhattan de hace unas décadas (1997, pág. 384).

En principio esto implica que la piedra roseta del siglo XX es una piedra que cambia, se renueva, desaparece y aparece bajo otra forma sin dejar rastro, sin tomar consistencia. Y este punto, la verdad, el rastro, el elemento significativo que permitiría reordenar las contingencias del pasado dándoles el sentido de las necesidades por venir, como planteó Lacan en *Función y campo de la palabra y el lenguaje en psicoanálisis* (Lacan, 2009), no existe en la ciudad de *Mad Men*. El escenario, la escena a la cual recurrir, en la cual refugiarse, es algo que desaparece y reaparece, toma consistencia de manera resplandeciente en un objeto que rápidamente se diluye para ser sustituido por otro, una y otra vez.

Manhattan, como Don, es un experimento urbanístico que consistió en transformar una isla en un laboratorio de experiencia artificial, la experiencia de vivir en un mundo totalmente creado por el hombre, la experiencia de vivir dentro de una fantasía (Koolhaas, 2004, pág. 44). En este sentido, Manhattan no es el mundo que la novela que proponía al sujeto –un mundo alternativo en el cual refugiarse del mundo real– sino un mundo que le ofrece al sujeto vivir como si estuviera en una novela, diseñarse como personaje, actuar, escribir su propio guión y hacerlo por supuesto a partir del consumo.

Este fantasma encuentra su ícono en el rascacielo, que son los edificios en los que los ejecutivos de *Mad Men* hacen sus negocios “sus locuras”, “sus aventuras”. El rascacielo es una innovación para que los hombres pudieran ser el espacio que ocupan y como en Manhattan no había demasiado espacio la solución fue crear espacio vertical (Koolhaas, 2004, pág. 82). La isla de Manhattan se concibe desde el *leitmotiv* del rascacielo, que es el *leitmotiv* del desastre en potencia, del desastre que nunca ocurre y es el testimonio material de como proceden y se comportan los personajes de la serie que, sin excepción, siempre pueden derrumbarse y perderlo todo.

En New Amsterdam, el quinto episodio de la primera temporada hay una definición de Nueva York que coincide con esta perspectiva:

Bertram Cooper: La ciudad de Nueva York es una máquina maravillosa... llena de engranajes de palancas, piñones y pernos... como un fino y preciso reloj. Siempre haciendo tic tac.

Don: Suena más como una bomba (Weiner, 2007).

Y esa es quizá la fórmula de una parte del siglo XX, la de la bomba siempre a punto de explotar que finalmente no explota o que explota y en el lugar del desastre aparece algo nuevo. Es un fantasma del siglo pasado porque en el siglo XXI los desastres ocurren y la demostración comenzó justamente allí un 11 de septiembre de 2001, en la principal usina de experiencia artificial del planeta.

Referencias

- Assef, J. (2021). Un nuevo imaginario del self-made-man americano. En J. Duarte, Spoilers del presente. *Vers series para ser de nuestra época* (págs. 23-46). Córdoba: Editorial UNC.
- Benjamin, W. (. (1999). El narrador. En W. Benjamin, *Discursos interrumpidos I* (págs. 189-213). Buenos Aires: Taurus.
- Casetti, F., & di Chio, F. (1991). *Como analizar un film*. Buenos Aires: Paidós.
- Duarte, J. (2020). *The wire. La serie-síntoma*. Córdoba: Editorial UNC.
- Freud, S. ([1908] 1992). La novela familiar del neurótico. En S. Freud, El delirio y los sueños en la "Gradiva" de W. Jensen y Análisis de la fobia de un niño de cinco años (Juanito). En *Obras completas Tomo IX*. (págs. 215-231). Buenos Aires: Amorrortu.
- Koolhaas, R. (2004). *Delirio de Nueva York. Un manifiesto retroactivo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lacan, J. (2009). Función y campo de la palabra y el lenguaje en psicoanálisis. En J. Lacan, *Escritos I* (págs. 231-309). Buenos Aires: Siglo XXI.
- Lacan, J. (2009). La instancia de la letra en el inconsciente o la razón desde Freud. En J. Lacan, *Escritos I* (págs. 461-495). Buenos Aires: Siglo XXI.
- Lacan, J. (2010). El mito individual del neurótico. En J. Lacan, *Intervenciones y textos* (págs. 37-59). Buenos Aires: Manantial.
- Miller, J.-A. (2010). *El Otro que no existe y sus comités de ética*. Buenos Aires: Paidós.
- Miller, J.-A. (2018). *Del síntoma al fantasma y retorno*. Buenos Aires: Paidós.
- Sennett, R. (1997). *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Madrid: Alianza Editorial.
- Sibilia, P. (. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Wajcman, G. (2010). Tres notas para introducir la forma "serie". *Revista del Departamento de estudios psicoanalíticos sobre la familia – Enlaces* [ICF – CICBA], 150-152.
- Weiner, M. (. (Dirección). (2007). *Marriage of Figaro (Temporada 1, Episodio 3)* [Película].