



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

Facultad de Psicología

TRABAJO INTEGRADOR FINAL

**Modernidad tardía:
Subjetividad y goce en la era virtual**

Modalidad: Ensayo

Docente responsable: Terrádez, Marina

Autora: Bustos, Aldana

Legajo: B-5204/3

Agradecimientos

En este apartado me gustaría agradecer a todas aquellas personas que de una u otra forma, me han ayudado a realizar este Trabajo Integrador Final:

Quisiera dar el agradecimiento más profundo a mi docente responsable, Marina Terrádez, por la dedicación y apoyo que ha brindado a este ensayo, por el respeto a mis ideas, por la revisión cuidadosa que ha realizado de este texto y sus valiosas sugerencias. Gracias por tu amabilidad para facilitarme tus materiales, tu tiempo y conocimiento, por tus comentarios de lo que iba escribiendo tan acertados y amorosos.

Igualmente, un agradecimiento enorme a mi familia, en especial a mis padres, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica como de la vida, por su apoyo, por cada día confiar y creer en mí y en mis expectativas. Gracias a mi mamá, Silvina, por ese soporte incondicional que siempre me ha dado para hacer lo que me ilusionaba sin cuestionarme, por desear y anhelar siempre lo mejor para mi vida. Gracias a mi papá, Fabián, por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan. Este trabajo y todo lo que logre hacer será gracias a ambos, a sus fortalezas, virtudes y valores inculcados en mí.

Gracias a Agustín Del Medico, mi compañero de viaje en esta y tantas otras aventuras, por su paciencia, comprensión y amor. Por esa capacidad suya de quitar importancia a las penas y animarme hasta el final.

A Sofía Gómez Giraud, con quien he compartido proyectos e ilusiones durante años.

Y en último lugar, y no por ello menos importante, gracias a mis amigas, responsables de gran parte de mi aventura en la Facultad de Psicología, con quienes desde el primer día hasta el último nos hemos apoyado y acompañado mutuamente en nuestras alegrías y tristezas, en nuestra formación profesional, y que hasta hoy, seguimos siendo amigas: Rosina Polarrolo, Marina García, Brenda Williams, Lara Ferrero, Aldana Banchio, María Julia Esterlus, Florencia Antonietta y Vanina Oldani.

Índice

Introducción	4
Desarrollo	6
Sobre el imperativo de goce: ¡consume!	7
El sujeto objetalizado	10
Supremacía de la imagen en la época actual y en las redes sociales	12
Espejo negro: el riesgo de una “caída en picada”	16
Consideraciones finales	21
Bibliografía	25

Introducción

Desde lo profundo de los cromosomas
De los asistentes a la discoteca
Un mandato transparente, brota
Como el agua de una fuente, claro
Poderoso aunque silente
Va llenando las copas de vagas promesas
Y aunque no se escuche no hay ni un solo gesto
Ni un solo suspiro, ni un solo segundo
Frente al espejo del baño, rime
Que el mandato no gobierne, viernes
Desde su puesto de mando
En la noche ira encajando las piezas.
(DREXLER, “mandato”, 2017)

El recorrido, más bien vinculado al cambio del imperativo que va desde el discurso del Estado Nación hacia el discurso hegemónico del Mercado, tornan comprensible una tendencia hacia la disolución de los lazos que permitían, en el Estado de derecho, la identificación de un “nosotros” instituido, así como también establece la dificultad, o a veces la imposibilidad, de pensar en un futuro conocido y anticipable. Esta situación está dada también por el protagonismo que han adquirido las redes sociales en los nuevos modos de vinculación, el culto a la imagen como nuevo objeto en el universo social, la nueva concepción de espacio, la inmediatez como modalidad, etc.

El mercado, valiéndose de propuestas innovadoras, licua los “tiempos sólidos” (Bauman, 2002): Ya no hay una ley que nombre a todos por igual como ciudadanos de un Estado benefactor, sino una ley del consumidor que nombra sólo a quienes consumen sellando la diferencia entre ser o no ser. De este modo, los sujetos, que se constituyen desde y

en esta sociedad post-estatal, pierden la pertenencia simbólica que les otorgaba el ser parte de un “nosotros”. Ya no hay un discurso que nombre a todos los sujetos y les conceda un lugar en la sociedad.

Ante esta crisis de pertenencia, el mercado propone llenar ese vacío con promesas de satisfacción, con fórmulas para la felicidad, orientando su deseo de modos que el sujeto ignora. De esta manera, la nueva subjetividad mercantil debe ser flexible y adaptarse a condiciones que se renuevan permanentemente: lo que hoy es imprescindible, mañana será reemplazable por otro objeto, una nueva tecnología, otra moda, etc.

Lo simbólico, en la actualidad, se encuentra empobrecido. Los modelos identificatorios de la época lejos de transmitir ideales y emblemas, se caracterizan por la sobrevaloración de lo imaginario, por un culto a la imagen y el consumo. El discurso del mercado es una invitación a ubicarse como un objeto, un “sujeto” capaz de satisfacerse obturando la falta con objetos de consumo. Esto no es sin consecuencias.

La propuesta de este ensayo es centrarse en los efectos que tienen las características actuales de la sociedad, para poder reflexionar sobre el culto a la imagen y el excesivo uso de redes sociales como sustituto de un simbólico que no opera o que lo hace de manera muy precaria.

Desarrollo

En una realidad que se transforma constantemente, el hombre debe realizar grandes esfuerzos para sostener los imperativos que se le presentan, para soportar estos “costos de la excelencia”: el *desgaste interno* de los que se consumen en la obsesión de la productividad, en la búsqueda permanente de la calidad total, la eficiencia y el perfeccionismo dentro de una sociedad que celebra el logro y rechaza a los perdedores (Aubert y Gaulejac, 1993). El mensaje de la época señala que es penoso y erróneo estar en falta, que se debe sortear la angustia y buscar el divertimento de todas las formas posibles, ya sea con la intensidad del placer sexual, el éxito social, la autorrealización espiritual, etc. “Destapa la felicidad”, asegura un comercial de un producto de primera marca, reflejando claramente la ideología de la realidad actual (Zizek, 2012).

En este contexto, Sahoaler de Litfvinoff (2006) indica que el escenario en el cual nos encontramos no resulta un medio que prohíbe sino uno que ofrece: las estrategias de mercado juegan sobre la falta estructural de los sujetos presentando una multiplicidad de objetos de consumo que prometen taponar la pérdida. Siguiendo esta línea la autora agrega:

El superyó que antes exhibía su cara restringente, ahora es proyectado a escala social en la forma de un mandato a gozar lo más posible, para lo cual la cultura estará pronta a procurar los objetos con los que se podrá acceder a ese supuesto placer sin límites. [...] El imperativo hacia un goce absoluto a través de bienes que colman toda falta y cambian sin cesar, jerarquiza al objeto a expensas del sujeto. (p. 17)

En atención a lo citado, Freud (1923), en su texto "El Yo y el Ello", situaba la instancia del Superyó. Se trata de un Superyó que habla al sujeto con una doble voz. Escribe Freud en este texto:

Pero el superyó no es simplemente un residuo de las primeras elecciones de objeto del Ello, sino también una enérgica formación reactiva contra las mismas. Su relación con el yo no se limita a la advertencia: ‘Así – como el padre – debes ser’ sino que comprende también la prohibición: ‘Así – como el padre – no debes ser: no debes hacer todo lo que él hace, pues hay algo que le está exclusivamente reservado. (p. 36)

El mito que Freud introduce en “Tótem y Tabú” (1913) marca la incorporación del padre con su total ambivalencia. Ser y no ser como el padre. Admirarlo y odiarlo. Esto se muestra explicitado en el mito de la horda primitiva: por un lado, los hijos que unidos asesinan al padre y lo devoran por ser un obstáculo para sus necesidades de poder y sus exigencias sexuales. Por el otro, el pacto simbólico entre los hermanos, una vez muerto el padre, que prohíbe el goce absoluto transformándose así en garante del deseo, pero a consecuencia de haber surgido en la forma del arrepentimiento. De este modo, aceptan someterse a una prohibición que en vida ejerció el padre y que ahora cada quien ha incorporado para sí. El nombre del padre hacía pensar que el goce está en un lugar: allí donde no se puede.

Siguiendo a Lacan (1959), el superyó se encuentra ligado a la ley del padre muerto, pero hace presente su reverso. Se trata de un goce no civilizado por la metaforización paterna, no articulado al campo del deseo. De este modo, el superyó marca la captura del lenguaje, en tanto supone la pérdida de un goce que es ya mítico e imposible. Es sólo la ley paterna la que regula la distancia entre el sujeto y el *das ding*, si esta distancia desaparece, el superyó se vincula más con una exacerbación de la pulsión de muerte.

Sobre el imperativo de goce: ¡consume!

Lacan (1981), en su seminario XX: *Aún*, sostiene que el imperativo al goce sólo puede provenir del Superyó, en este sentido, el superyó es lo único que puede obligar a gozar. De

este modo, deshace la paradoja antinómica del Superyó freudiano para demostrar que ese Superyó es en cada sujeto pura pasión de goce (Bassols, 2000). Retomando este trayecto, va a exponer sobre el goce relacionándolo con la ley:

¿Qué es el goce? Se reduce aquí a no ser más que una instancia negativa. El goce es lo que no sirve para nada. Asomo aquí la reserva que implica el campo del derecho al goce. El derecho no es el deber. Nada obliga a nadie a gozar, salvo el superyó. El superyó es el imperativo del goce: ¡Goza! (Lacan, 1981, p. 9).

Bajo esta perspectiva, el goce se entiende como aquello que signa las relaciones pulsionales del sujeto al otro de una forma que escapa al principio de placer freudiano. El goce comporta un dolor, atrapando al sujeto en un espiral repetitivo. No es útil, no es gratificante o disfrutable como en la acepción común del término gozar sino incluso puede acarrear grandes sufrimientos.

Chemama (2008) va a hacer referencia al goce como una noción esencial para comprender el psiquismo en la actualidad, para entender, entre otras cosas, el problema de la repetición. La autora refiere a ese proceso mediante el cual uno encuentra mil maneras para hacer siempre lo mismo. El goce está ligado a la repetición. Vinculado a la actual consideración del síntoma desde la perspectiva psicoanalítica, la autora cree fundamental comprender lo siguiente: existe cierto pensamiento que se liga a la fe de creer que el acercamiento al objeto de mercado, le dará al sujeto la posibilidad de experimentar un placer absoluto, conectándolo a un mundo extraordinario que sale de la pantalla, con sólo consumir el objeto que le venden o con tener la experiencia de moda.

En tal sentido, siguiendo las consideraciones precedentes, el Superyó considerado desde la perspectiva Lacaniana, va a cobrar relevancia en una sociedad atravesada por el discurso capitalista, que se centrará fundamentalmente en el imperativo al goce más que

sobre los preceptos freudianos de la culpa y el castigo. A excepción de, cabe destacar, la culpa de no estar disfrutando lo suficiente: “La culpa, actualmente, no queda ligada a “darse el gusto” sino todo lo contrario, a no poder alcanzar el grado de placer establecido por el mandato social y el ideario personal [...] cualquier grado de satisfacción parece poca cosa” (Sahovaler de Litvinoff, 2016, p.17).

En este recorrido, se puede tomar la construcción que realiza Lacan respecto del modo en que se organiza el goce en relación al orden simbólico. Al referirse a este tema, se parte de la idea de que ha existido inicialmente un organismo como Real, Real gozante, que permite pensar también un goce mítico. Ese puro soma, es tomado por la estructura del lenguaje, desnaturalizándolo, a la vez que hace surgir un sujeto del discurso. Es decir, en este punto, Lacan pone énfasis en la presencia del Otro y la construcción del objeto *a* que hará al sujeto deseante. El objeto de la satisfacción está perdido y lo está por el encuentro del sujeto con el lenguaje. Entonces, una parte de su *necesidad* va a quedar implicada, va a ser canalizada por la demanda del Otro, produciendo un retoño de lo rechazado de la demanda (del lenguaje, del significante) que es el deseo, organizando, así, el recorrido pulsional. La particularidad de la demanda pulsional es que sus significantes están tomados del cuerpo y, por eso, promoverá un modo particular de goce de cada sujeto. No obstante, en concordancia con lo anterior, en el discurso actual opera fundamentalmente el mercado que intenta igualar los modos de gozar.

Los avances tecnológicos y científicos potencian la sensación de que *todo lo que se desea es posible* y, de este modo, taponan la división del sujeto bombardeándolo constantemente con una oferta de bienes descartables. En este sentido, el imperativo “¡Goza!”, que regula la vida en la postmodernidad, asume diversas variaciones en la forma del mandato: Destapa la felicidad, Just do it, Think different, impossible is nothing,

Necesitamos menos críticos, necesitamos disfrutar más, mostrate como sos, etc¹. Es así como se pone hincapié en que el sujeto debe destruir aquellas barreras que le impiden un acceso *libre* a la satisfacción y que, de no hacerlo, se lanzaría a la culpa y al horror de no estarse *realizando* frente a la exigencia de encubrir su tachadura. Just do it, ¡solo hazlo!, goza sin otro, consume excesivamente, hazlo irreflexivamente, compulsivamente.

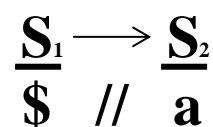
El sujeto objetalizado

Cabe destacar que, siguiendo a Lacan (1969), los discursos son formas de hacer lazo social que se manifiestan entre los seres hablantes. En el contexto de su seminario XVII, el autor, presenta cuatro discursos como forma de pensar lo que llama “el lazo social”. Cada discurso establece un modo de relación entre “parejas”: la histérica y el amo (en el discurso histérico); el profesor y el alumno (en el discurso universitario); el amo y el esclavo (en el discurso del amo); el analista y el analizante (en el discurso del analista). No obstante, es en 1972 donde Lacan va a enunciar un quinto discurso: *El discurso capitalista*. Bajo esta perspectiva se puede considerar al mismo en su calidad de productor de las relaciones de subjetivación actuales.

DISCURSO CAPITALISTA



DISCURSO DEL AMO



Siguiendo esta línea, los cuatro discursos se producen a partir de rotaciones en torno al discurso del amo. En el discurso capitalista la parte derecha del mismo se mantiene: el saber (S2) se sitúa en el lugar del Otro y el *a* en la producción. No obstante, el sujeto (S barrado) y el significante amo (S1) intercambian sus lugares: el primero se sitúa como agente y el segundo como verdad. De este modo, El S barrado y S2 quedan en contigüidad y S1 y *a*

¹ Frases utilizadas en comerciales de marcas reconocidas de empresas multinacionales.

también. En relación a los vectores, se producen una serie de modificaciones: ya no hay barrera entre verdad y producción sino que se produce la circularidad del discurso; la verdad, que quedaba siempre fuera del circuito, es ahora regida por el Sujeto; desaparece la relación entre el agente y el Otro.

Al respecto, Soler (1996) expone que el sujeto viene al lugar del amo para significar, en primer término, que el saber en la producción de letosas o gadgets, es decir un dispositivo o producto científico-tecnológico, no obedece al significante amo sino que el saber del capitalismo se centra en la producción de estos objetos. Más bien es el saber de la ciencia, que no responde a las demandas de nadie, sino que las crea con su propia oferta. Y, en segundo lugar, para dar cuenta de una transformación del sujeto en el capitalismo, por su emancipación con el significante amo que en un momento lo representaba, la autora dirá que otro amo se presenta, que no es el S1, sino aquello que se escribe como *a*, lo cual toma la forma de los “tecno-objetos”. Por lo tanto, el sujeto capitalista no está en relación con otro (sujeto) sino que lo que se afirma es una relación con el objeto de la satisfacción, quedando de este modo excluido el lazo social.

En este contexto, el sujeto del deseo se halla al servicio de las producciones del mercado, es por esto, que el discurso capitalista niega la castración y lo que se presenta tras ello es un amo, un imperativo, un S1 inevitable: ¡Goza! El goce aparece allí como lo único a alcanzar, la solución, la *verdad*. Este discurso, si algún lazo establece, es entre el “sujeto” y el objeto que el mercado impone quedando vedada la relación del sujeto al saber inconsciente.

Ya no se trata, entonces, de aquel aspecto del deseo relacionado con la falta, sino que se destaca la promesa de satisfacción y el velo a la angustia. Tal como advierte Freud (1900), el deseo, esta suerte de insatisfacción esencial, se realiza en tanto no se satisface, se realiza en tanto se desplaza, se sustituye. Allí encuentra, sino su satisfacción, al menos una realización significativa.

El objeto está ahora al alcance de la mano pero se ha eclipsado al sujeto. En efecto, Sahoaler de Litvinoff (2016) indica que el sujeto busca hacer del objeto un soporte subjetivo y expone que:

Se reprocha habitualmente al sujeto el esconderse tras el objeto y recusar vínculos directos y próximos, cuando lo que sucede es que se ve compelido a ello como defensa frente a la orden de trasgredir fronteras que amenazan su integridad psíquica. La subjetividad hace obstáculo frente a las tentaciones que lo empujan a comer, comprar o copular sin límites, aunque en esta negativa queda en deuda con el mandato superyoico a gozar. Se parapeta entonces tras el objeto, se asimila a él, lo usa como escudo; el mismo goce que lo aniquilaría es ostentado pero desde una máscara vacía. Un personaje que representa, un semblante que adopta, una identidad virtual desplegada en el ciberespacio, la búsqueda de identificarse con protagonistas de la pantalla grande o chica que se “atreven” a salir de las sombras y brillar en la fama para que el espectador quede a resguardo, son formas de protegerse. (p. 18)

Supremacía de la imagen en la época actual y en las redes sociales

Las consideraciones precedentes, acerca de que el discurso capitalista no sabe de límites, se encuentran en relación con los espacios virtuales. Estos espacios, como Facebook, Twitter, Instagram, etc., proponen una dimensión donde las limitaciones del tiempo-espacio quedan excluidas así como también se prescinde de la presencia física. En este punto, las imágenes y la atracción por lo novedoso e instantáneo adquieren un lugar protagónico y configuran nuevos escenarios de “encuentro” con otros. Cipriano (2011), haciendo alusión a la puesta en escena de una identidad virtual, plantea que:

Son pocas las palabras con las que un sujeto “se narra”, se da a conocer. Las fotos, un nick, un avatar, un nombre de contacto (real o inventado) que oficia de imagen, crean una nueva corporeidad virtual. Las redes sociales se constituyen, entonces, en lugares de encuentro con otros, en espacios de identificación colectiva donde, a la manera de un imperativo categórico, las fotografías perfilan modos de ser y de pertenecer en este campo virtual. (p.132)

En la actualidad, la existencia aparece inevitablemente ligada a las pantallas. Desde la primera aparición en el mundo, observada por la mujer que lo carga en su interior a través de las ecografías 4D, hasta las fotografías compartidas en las redes sociales del desayuno, almuerzo, cena, estados de ánimo, agendas, salidas grupales, etc., a través de los diferentes dispositivos que acompañan al hombre. En este sentido, parecería que “[...] tener una experiencia pasa a ser igual que tomarle una fotografía, y participar en un evento público llega cada vez más a ser equivalente a mirarlo en una forma fotografiada” (Sontag, 1973, p.33). La imagen ha llegado a ser más real que la realidad misma. Al respecto, Sontag (1973) recuerda que ya en 1843 Feuerbach denuncia que “en nuestra época se prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación al original, la apariencia al ser” (p. 163).

Si bien es cierto que la imagen es un elemento característico de la actualidad, también lo es el hecho de que es constitutiva del sujeto. Siguiendo esta línea, Zabalza (2014), va a sostener que “apropiarse de él (del cuerpo) supone mucho más que una imagen: dónde me siento, cuando hablo, cómo camino y quien soy en una reunión, por ejemplo, es una tarea que lleva toda la vida” (p.68). Esta idea propuesta por el autor también se manifiesta en las diversas redes sociales y las formas de discurso que allí se presentan. Es decir, hoy, se seleccionan las fotos y los posts cuidadosamente, el sujeto elige, trabaja sobre su apariencia con diversas aplicaciones destinadas para tal fin. Qué

dice, qué publica, qué foto sube y cuáles son las cosas que “le gustan”, determina el lugar en el que él mismo decide ubicarse. Luego, lo expone.

Sin embargo, “la producción de imágenes también suministra una ideología dominante” (Sontag, 1973, p.188). Es por esto que las imágenes atienden a la lógica del consumo, a consumir todo en imágenes y a comprar las tecnologías para reproducirlas. Las imágenes someten y encierran a los sujetos de diferentes formas, por ejemplo, por la vía de la publicidad, del culto de la apariencia, de la muestra, del exhibicionismo, etc. Las mismas, expuestas en las redes sociales, permiten la ilusión de poseer cualidades que la sociedad presenta como ideales y deseables. Dentro de la misma línea, por ejemplo, la juventud adopta características de imperativo, de ideal a lograr. Se la convierte en un objeto de consumo publicitándose como un producto estético asociado a la fiesta y al hedonismo. Esta imagen se impone como un ideal dejando de lado antiguas concepciones de la juventud.

En este sentido, la imagen que cada uno busca proyectar de sí, funciona como la imagen especular: se trata de algo perfecto, organizado, completo, del cual se omite la falta:

Al idealizarse el objeto como representación de completud y solución a la angustia, este se convierte en modelo de identificación. El hombre quiere devenir ese objeto íntegro, estético, perfecto, contemplarlo y contemplarse en el espejo, en los blogs, en los Facebooks, o en las filmaciones que sube a internet donde su vida puede ser un espectáculo para que otros lo miren. Busca cultivar ese objeto en los gimnasios, moldearlo con cirugías estéticas, fijarlo con piercings y tatuajes indelebles, ser incorruptible al tiempo y al deterioro del envejecimiento. (Sahovaler de Litvinoff, 2016, p. 21).

Así, al transitar por los diversos perfiles de distintas redes sociales, se observa que las imágenes expuestas en los mismos eliminan el carácter distintivo e individual de los sujetos. Encontramos cuerpos exhibidos, autorretratos sacados frente a espejos, fotos con gestos y poses repetidas, fotos que terminan por delatar un lenguaje erótico estándar, etc. (Cipriano, 2011). La cuestión es ser como tal o cual personaje que genera una fascinación desde las pantallas. La subjetividad espía tras el objeto que se ha mimetizado. Se trata de un pasaje:

De *tener* una Barbie a *ser* una Barbie. La cuestión es parecerse o convertirse en alguien que encarna un ideal de fama, felicidad o encanto. La cuestión es ser otro. Otro del que se es. Se siguen pautas determinadas de que es lo estético, lo sexy, que es un rostro o un cuerpo perfectos. Se ofrece el cuerpo como un objeto de consumo. El éxito queda ligado entonces no sólo a la disponibilidad económica para adquirir objetos deseables, sino a convertirse en un objeto deseable, en algo que otros quieran consumir, como un actor o actriz o modelo o líder popular o científico conocido, del que se quiere saber hasta los más mínimos detalles de la vida. Ya no somos vigilados, sino que deseamos exhibir todo para “existir” (Sahovaler de Litvinoff, 2016, p.94-95).

En este contexto, Sibilia (2011) revisa estos escenarios a la luz de un montaje del espectáculo que denomina “El show del yo”. La autora plantea lo siguiente: “Se ha desencadenado un verdadero festival de ‘vidas privadas’, que se ofrecen impudicamente ante los ojos del mundo entero [...] a disposición de quien quiera husmear; basta apenas con hacer clic” (p.32). Se trata de una especie de “vidriera” (Sibilia, 2012) que lejos de resguardar la intimidad, la exhibe, ya que este “clic” se encuentra al alcance de todos. Otro hecho a considerar es que desde el mismo diseño de dichas redes sociales algo de este orden se pone en juego. “¿Qué estás pensando?”, pregunta el inicio de Facebook, “¿qué

está pasando?” interroga el muro de Twitter. Incluso las renovaciones incesantes de las funciones de las mismas apuntan a convertir la vida privada en un show: se encuentran más de quince opciones para revelar el estado de ánimo con la posibilidad de agregar una propia acompañada de un emoticón, además las Instagram stories otorgan la posibilidad de crear post informales acerca de las actividades diarias que se borran automáticamente luego de las 24 horas. Así, como el sujeto puede utilizar un espacio comunicativo de forma ilimitada para transmitir acontecimientos nimios de su vida cotidiana, entonces debe hacerlo con una velocidad vertiginosa que impide el acto reflexivo. Es así como:

El sujeto que participa de esta experiencia, ha hallado un recurso para cubrirse con un objeto, a partir del cual ir transitando su fantasmática personal en interacción con la de otros. Su desempeño le permitirá ir achicando la brecha entre realidad e ideales de felicidad que su historia y el entorno social le proponen, ligados por lo general a la sobreexposición, el consumo, el destape sexual y el éxito (Sahovaler de Litvinoff, 2016, p.117).

Espejo negro: el riesgo de una “caída en picada”

“Black Mirror” (*Espejo Negro, en español*), serie de ciencia ficción creada por Charlie Brooker, suele mostrar en tono crítico el uso que se realiza de las nuevas tecnologías y la incidencia de las mismas en la vida de las personas. Esto se lleva a cabo presentando futuros distópicos o creando situaciones llevadas al extremo que, sin embargo, son cercanas a la realidad actual.

El primer capítulo de la tercera temporada se titula “Nosedive” (*caída en picada*). Este episodio exhibe una sociedad perfecta e idílica, donde los colores pasteles, como si se aplicase un filtro de Instagram, invaden todas las imágenes.

Lacie es la protagonista de esta historia, alojada en una sociedad en la que todo individuo puede detectar a través de un lente la puntuación personal del otro y, mediante una aplicación similar a Instagram, otorgar valoraciones a sus interacciones. Sin embargo, estas calificaciones de los demás, donde 0 estrellas es la puntuación más baja y 5 estrellas es el máximo, constituyen puntos sociales y determinan la vida en la realidad. Dichos puntajes van a decretar, por ejemplo, la pertenencia al sistema, el lugar en el que viven, el puesto de trabajo al que acceden, la probabilidad de conservarlo, los eventos y personas que frecuentan, la posibilidad de acceder a ciertos tratamientos médicos, determinados beneficios y descuentos, etc. La vida de los integrantes de esta sociedad está modelada alrededor de dicha aplicación que se encarga de determinar el valor de cada humano a través de los actos superficiales que llevan a cabo. Así, cada suceso, por más mínimo que sea, es compartido y se espera su correspondiente valoración.

En este contexto, la repercusión de una mala calificación ante la mirada de los otros puede ser devastadora, por lo tanto, los integrantes de “Nosedive” son constreñidos a mantener una falsa cordialidad constante y sonrisas forzadas, a rodearse de personas bien posicionadas, se comportan de acuerdo a las normas, ocultando sus impulsos más hostiles y ostentando felicidad y placeres que encubren todo lo que se salga del imaginario de la perfección.

Siguiendo esta línea, en una de las escenas se la puede ver a Lacie yendo a comprar su desayuno. Un joven procede a servirle el café que solicitó y le obsequia una galleta como cortesía. Ella la acepta sonriente y lo puntúa por tal acción. Él, a su vez, hace lo mismo. A continuación, la protagonista se sienta en una de las mesas, le da minuciosos mordiscos a la galleta y la coloca junto al café para, inmediatamente, captar ese momento en una fotografía que distribuye por la red junto al comentario: “*Capuchino con galleta. ¡Estoy en la gloria!*”. No obstante, se observa cómo, luego de ese acto, desecha lo que ha mordido y descarta el

café tras una expresión de desagrado. Lacie no espera disfrutar su desayuno, solo anhela recibir una valoración alta que le posibilite formar parte de un mundo perfecto copiando lo socialmente valorado, a la espera de que otro le devuelva la identidad, le diga que existe y qué valor tiene, como un modo de confirmar su existencia a través de la aprobación ajena.

La búsqueda de sanción y aprobación a través de la mirada del Otro, que se despliega tanto en este episodio como en las redes sociales, convoca en cierto modo al narcisismo y puede ser considerada como una reedición del origen del Yo en lo ajeno. Así como Narciso, asomado a un lago, descubre que su bella imagen lo mira desde la superficie del agua y la observa observándose (Wilde, 2003), en la actualidad las redes sociales proporcionan a los sujetos una plataforma virtual donde contemplar su imagen cercada por la mirada del otro, por nuestra propia mirada reflejada en el fondo de los ojos que miran inclinados sobre los perfiles.

Siguiendo a Freud (1914) en la teoría de la libido, cabe destacar que el autor considera al narcisismo como aquel momento medio entre autoerotismo y libido objetal; lo primario es el autoerotismo gobernado por la satisfacción anárquica de las pulsiones parciales. El pasaje del autoerotismo al narcisismo Freud lo menciona como punto a investigar:

Es un supuesto necesario que no esté presente desde el comienzo en el individuo una unidad comparable al yo; el yo tiene que ser desarrollado. Ahora bien, las pulsiones autoeróticas son iniciales, primordiales, por tanto, algo tiene que agregarse al autoerotismo, una nueva acción psíquica, para que el narcisismo se constituya (p.74).

Dentro de la misma línea, en el Estadio del Espejo, Lacan parte de la prematuración biológica del bebé humano, del desamparo y la indefensión en la que se encuentra y, por lo tanto, de su dependencia. En este punto, no existe todavía una imagen propioceptiva del cuerpo ya que no hay tampoco una coordinación motriz. Se trata de un cuerpo fragmentado

que precisa de una imagen ortopédica que le dé una unidad. Por lo tanto, la imagen de sí unificada que el sujeto captura siempre se ubica en la dimensión de la anticipación: anticipa una unidad, un ideal, que la maduración de la motricidad posteriormente reafirmara pero que, por el momento, es en el vacío.

El reconocimiento de la imagen en el espejo, indicado por el Otro, anticipa una forma completa que el bebé, que aún no coordina ni domina su cuerpo, vive con alegría, con júbilo. Como el niño asume esta imagen jubiloso, empieza a creer que él es esa imagen, se identifica con una imagen exterior a él, lo cual es parte del “proceso de alienación”, es decir, de la idea de que el sujeto se constituye en su núcleo mismo por algo que no es de él sino que es ajeno.

Así es como el Estadio del Espejo permite la constitución de una forma ortopédica de totalidad con la que asumir una identidad, la formación del yo. En tal sentido, para Lacan, el Yo está primariamente en el exterior y esto por lo constitutivo de la exterioridad de la imagen en la que el Yo, por identificación, se forma. El sujeto deviene en la relación con el Otro. Por consiguiente, el Estadio del Espejo que propone Lacan presenta a la madre, o quien ocupe esa función, como sostén especular, como aquel que marca “Mira, ese sos vos”. Se pone en evidencia, entonces, que la identidad, sobre un fondo vacío, se constituye en base al encuentro del infans con una imagen que devuelve el Otro y que reconoce con júbilo como propia; esta le permite anticipar una unidad corpórea a la que puede llamar yo mediante la sanción del Otro.

Estas consideraciones precedentes pueden bosquejarse en aquello que se despliega en las redes sociales: un sujeto objetalizado, convertido en una marca, una eficiencia, en el precio de las cosas que adquiere; que vive cambiando, subiendo y eliminando imágenes, adecuándolas al mercado, considerando las variables que dependen de los ideales que deben ser cumplidos como un mandato, estimando, además, las respuestas de quienes observan. En tal sentido, la imagen en la pantalla opera como yo-ideal, en tanto es un “espejo negro” donde

la misma debe acomodarse a modo de generar una muleta imaginaria que le de al sujeto un soporte identitario, un sentido de pertenencia, al ser parte de una comunidad virtual, en una ilusión, narcisista, de ser visto y leído por todos.

Estar en la red es equivalente a existir, y lo contrario: quien no está actualizado, quien no tiene *me gustas* o *corazones* como respuestas a su perfil, o una gran cantidad de *seguidores* o *amigos* logrados, no tiene valor ya que es una identidad siempre sujeta a las valoraciones ajenas. En opinión de Sahovaler de Litvinoff (2016):

El “estar conectado” a la web, puede adquirir asimismo efecto de restitución a través de la elaboración de nuevos imaginarios, para un yo que falla en hallar sostén en una realidad que le ofrece cada vez más estimulación y menos garantías. Las pantallas contrarrestan el vacío: allí siempre hay algo para ver, hay algo que pasa, alguien que está. Y lo que sucede es luminoso, colorido, los íconos conocidos crean una sensación de familiaridad, de acompañamiento, de identidad. Corroboran que uno está también allí, participando y siendo reconocido. La angustia asoma cuando esta imagen amenaza “caer del sistema”, revelando el agujero que cubría (p.120).

Ante esta realidad, el creador de Black Mirror, Charlie Brooker, describe: “el “espejo negro” del título es lo que usted encontrará en cada muro, en cada escritorio, en la palma de cada mano: la pantalla fría y brillante de un televisor, un monitor, un teléfono inteligente” (Black Mirror, s.f). Lacie, la protagonista del episodio mencionado anteriormente, destina todos sus esfuerzos a la necesidad de obtener la aprobación que le permita la inclusión social. Sin embargo, cuando baja su puntuación y el “espejo negro” donde se mira no refleja la imagen de sí que ella quiere, deja de ser, de pertenecer y “cae en picada”.

Consideraciones finales

Dice Freud (1920-22):

La oposición entre psicología individual y psicología social o de las masas, que a primera vista quizá nos parezca muy sustancial, pierde buena parte de su nitidez si se la considera más a fondo. Es verdad que la psicología individual se ciñe al ser humano singular y estudia los caminos por los cuales busca alcanzar la satisfacción de sus mociones pulsionales. Pero sólo rara vez, bajo determinadas condiciones de excepción, puede prescindir de los vínculos de este individuo con otros. En la vida anímica del individuo, el otro cuenta, con total regularidad, como modelo, como objeto, como auxiliar y como enemigo, y por eso desde el comienzo mismo la psicología individual es simultáneamente psicología social en este sentido más lato, pero enteramente legítimo. (p.67)

Evidentemente, el sujeto no puede prescindir de sus vínculos con los *otros* ni con el *Otro* para constituirse como tal. Estos se presentan desde el comienzo signando la vida de ese sujeto que adviene al mundo atravesado por múltiples determinaciones, situado en un espacio y tiempo determinado. Por lo tanto, para pensar a un sujeto resulta fundamental pensar el momento histórico en el que se encuentra ya que en cada época emergen distintos aparatos de producción de subjetividad. Ante este horizonte donde el mundo se ha vuelto imagen, más allá de interrogar los avances tecnológicos, resulta esencial preguntarse por los efectos subjetivos que ellos traen como parte de la cultura y reflexionar acerca de una salida posible ante esta situación. ¿Qué tipo de subjetividades se produce a partir de la intervención de las tecnologías y el uso de pantallas en la cotidianidad?

Las instituciones clásicas que regulaban la identidad social se han modificado. El declive de la función paterna y el imperio del objeto como mercancía, que advierten un desfallecimiento de los lazos sociales, propician un espacio social impregnado por la cultura

de la pantalla. Ya no hay ley ni límite del goce, como consecuencia de un mercado efímero y de imperativos gozosos. Así podemos pensar que el sujeto de consumo se revela como producto de la misma sociedad que lo constituye; se encuentra con una dificultad o imposibilidad de identificarse a ideales y proyectar a futuro en función de determinados objetivos personales y colectivos, observándose en cambio una autovaloración inestable y dependiente, con obstáculos que le impiden establecer vínculos, etc.

Ante este contexto, las redes sociales pueden venir a ocupar el lugar del Otro que el mercado ha invalidado: las mismas se pueden pensar como ese sitio, sin limitaciones corporales ni de tiempo-espacio, donde el sujeto es invitado a mostrarse como un todo acabado y completo. Así, haciendo uso de las nuevas tecnologías y aplicaciones creadas para tal fin, juega a borrar la falta, a velar el vacío estructural. Por consiguiente, se observa un cambio en las subjetividades, entre los que se destaca sujetos narcisistas que necesitan ser aceptados por otros a través de su imagen y el consumo de objetos, es decir, sujetos que se dividen en el esfuerzo constante de acercarse a esa imagen ideal impuesta por los medios de comunicación, a través de lo material, en un intento de ser jóvenes, felices, exitosos y únicos por siempre.

Por lo tanto, a partir de estas consideraciones, una primera salida posible sería pensar a las redes sociales como un sostén, una muleta imaginaria, en la cual el sujeto se apoya con el fin de crear una identidad que, aunque virtual, puede darle un sentido de pertenencia al formar parte de una comunidad.

No obstante, esta invitación propuesta por las redes sociales a mostrarse como imagen unificada tiende a la frustración ya que la valoración ajena no siempre es positiva y quedaría sancionada la incompletitud del sujeto en el primer desencuentro con un otro que lo rechace. Cabe preguntarse, además, si el sujeto está atrapado por las significaciones que le proveen las diversas marcas, ¿cuál es el desenlace luego de conseguir todas las actualizaciones, todas las

modas, todos los objetos? Siguiendo esta línea, ¿es posible pensar en otra salida donde los sujetos puedan pertenecer sin el padecimiento que el rechazo puede generar y sin quedar por fuera de lo que cada vez es más un modo de vínculo social?

Ante esta inquietud, un hecho interesante a considerar, es que en el inabarcable mundo de las redes sociales se convoca al otro, se busca la atención del semejante. En tal sentido, el psicoanálisis ha señalado desde muy temprano que los estímulos endógenos, fuente de tensión intolerable, sólo se extinguen por una acción específica, con la importante función secundaria de la comprensión y comunicación con el otro, fuente primordial de todas las funciones morales. La necesidad se encuentra inevitablemente con la codificación por el Otro y el sujeto nace a partir del deseo que se transmite a través del lenguaje, por sus fallas. Ese llamado original hace marca, nunca es sin el otro. Por lo tanto, se pueden pensar que este contexto y las nuevas situaciones que se generan no han modificado sustancialmente lo que el sujeto demanda: ser mirado, reconocido, escuchado.

¿La virtualidad es un espacio en el cual se puede crear e instalar una nueva forma de vínculo? ¿Cómo se conforma la relación con los pares y familiares al estar atravesados por las nuevas tecnologías? ¿Hay un mundo real y otro virtual? ¿Qué relaciones podrían ser pensadas entre ambos? ¿Puede considerarse a los lazos virtuales como lazos reales o hablamos de multitudes “conectadas en soledad” (Volnovich, 2008)? Además, en este tiempo donde la ciencia y el mercado parecieran reducir cualquier lugar para la aparición de la subjetividad, ¿cuál es el lugar del sujeto? ¿Y el del psicoanálisis?

En una época marcada por la inconsistencia del Otro, resulta esencial que los sujetos puedan encontrar un significante propio por donde orientar sus deseos. Al respecto, se vuelve imprescindible proponer un espacio donde la palabra del sujeto sea escuchada y respetada, donde pueda encontrar su orientación a partir de su decir, un acto de creación, del cual es responsable.

Los significantes de cada época dejan su marca en la subjetividad, y así lo señaló Lacan (1956) cuando dijo: “mejor que renuncie quien no pueda unir a su horizonte la subjetividad de su época” (p.119). En este sentido, advierte que el analista no debe hacer de este “horizonte” una frontera que indique la separación entre dos espacios diferentes, sino que debe ser capaz de concebir una continuidad entre el sujeto y su época.

Por lo tanto, resulta un deber ético del analista conocer los cambios del tiempo actual, y como esto afecta en la subjetividad, siempre considerando la singularidad, apostando a que el sujeto pueda tomar la palabra y hacerse responsable de su deseo, para ejercer así “la función de interprete en la discordia del lenguaje” (Lacan, 1956, p.119).

Bibliografía:

Bassols, M. (2000). La pasión del Superyó. Recuperado de:

<http://lemessenger.online.fr/Castellano/pasiodelsuperyo.htm>

Bauman, Z. (2002). *Modernidad líquida*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de cultura económica.

Black Mirror. (s.f). En Wikipedia. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Black_Mirror

Brooker, C. (2016), *Black Mirror: Nosedive*. Reino Unido: Netflix UK.

Chemama, R. (2008). *El Goce. Contextos y paradojas*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.

Cipriano, M. (2011). Apuntes sobre la fotografía, redes sociales y subjetividad. *El Psicoanalítico*. 6:131-138.

Freud, S. (1920-22). *Obras completas: Más allá del principio de placer, Psicología de las masas y análisis del yo y otras obras*. Recuperado de:

<http://www.bibliopsi.org/docs/freud/18%20-%20Tomo%20XVIII.pdf>

Freud, S. (2013). *Obras completas: Contribución a la historia del movimiento psicoanalítico: Trabajos sobre metapsicología y otras obras (1914)*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Freud, S. (2014). *Obras completas: El yo y el ello y otras obras (1923)*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Freud, S. (2014). *Obras completas: Tótem y Tabú y otras obras (1913)*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Gaulejak, V. (1993). *El coste de la excelencia*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Lacan, J. (1956). Función y campo de la palabra y del lenguaje en psicoanálisis. *En Escritos*

I. Recuperado de:

<http://www.bibliopsi.org/docs/lacan/33%20Los%20Escritos%20de%20Jacques%20Lacan.pdf>

Lacan, J. (1958). El estadio del espejo como formador de la función del yo [je] tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica. Recuperado de: <http://www.bibliopsi.org/docs/lacan/Seminario-1-Los-Escritos-Tecnicos-de-Freud-Paidos-BN.pdf>

Lacan, J. (1972). Del discurso analítico. Conferencia en Milán. Recuperado de: <http://elpsicoanalistalector.blogspot.com/2013/03/jacques-lacan-del-discurso.html>

Lacan, J. (1996). *Seminario 17: El reverso del psicoanálisis* (1969-70). Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Lacan, J. (1997). *Seminario 7: La ética del psicoanálisis* (1959-60). Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Lacan, J. (1998). *Seminario 20: Aún* (1981). Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Sahovaler de Litvinoff, D. (2006), *El sujeto escondido en la realidad virtual: de la represión del deseo a la pornografía del goce*. Buenos Aires, Argentina: Letra Viva

Soler, C. (1996). El síntoma en la civilización (El psicoanalista y las letosas). En AA.VV. (Ed.). *La diversidad del síntoma*. Buenos Aires, Argentina: Orientación Lacaniana.

Sontag, S. (1973). *Sobre la fotografía*. Buenos Aires, Argentina: Alfaguara.

Volnovich, J. (2008). Conectados, ¿en soledad? *Revista Imago*. 1-5. Buenos Aires: Letra viva.

Wilde, O. (2003). *Poemas en prosa*. La leyenda de Narciso. Recuperado de: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/89493.pdf>

Zabalza, S. (2014). *Intimidados en internet. Versiones de lo íntimo, lo público y privado en la era del ciberespacio*. Buenos Aires, Argentina: Letra Viva.

Zizek, S. (2012). *La guía perversa de la ideología* (video). Recuperado de: <http://linkis.com/www.veoh.com/watch/KZ4tU>