



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

Facultad de Psicología

Trabajo Integrador Final

“Pulsión escópica y repetición: un análisis del fenómeno Instagram”

Ensayo

Paola Guerra

Legajo G-2490/2

DNI 35.893.681

Docente responsable: Viviana Zubkow

Índice

Resumen	3
Palabras clave	3
Introducción	4
Desarrollo	7
De Fotolog a Instagram: la era espectacular	7
Ojos que no ven	9
Ahora no te veo, ahora me ves	11
<i>Scroll, scroll, scroll...</i>	12
Conclusión	14
Referencia bibliográficas	16

Resumen

El presente ensayo analiza el fenómeno Instagram desde una perspectiva psicoanalítica, con el objetivo de indagar acerca de la posición libidinal del observador y qué es lo que sostiene allí la insistencia del acto de mirar. Se sostiene como hipótesis que la captura del observador se funda en una lógica de repetición que articula *automaton* y *tyche*, y que la mirada, en su relación con el deseo y el goce, opera como motor del circuito pulsional. El trabajo se apoya en los aportes teóricos de Jacques Lacan, tomando como punto de partida el Seminario 11: Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis. El desarrollo aborda la centralidad contemporánea de la imagen y la dinámica específica de Instagram, delimita el concepto de pulsión escópica y su diferencia con la visión, analiza la lógica del *scroll* en tanto repetición y la reversión pulsional implicadas en el pasaje del mirar al ser mirado y concluye, finalmente, que Instagram opera como un montaje donde la satisfacción no reside en las imágenes consumidas, sino en la repetición misma del acto de mirar, que funciona simultáneamente como vía de acceso al goce y como defensa frente a lo real.

Palabras clave: Pulsión escópica – Deseo – Goce – Repetición – Instagram

Introducción

*El ojo que ves no es
ojo porque tú lo veas;
es ojo porque te ve.
(Machado, 1912)*

En 1967, el filósofo francés Guy Debord publica *La société du spectacle*, una obra en la que propone 221 tesis para caracterizar la sociedad moderna. En un contexto marcado por la expansión masiva de los medios de comunicación, con la televisión como epicentro, Debord sostiene que la imagen ocupa un lugar central en la vida de las personas, a tal punto que acaba mediatizando toda relación social, y la representación, sobreponiéndose a la realidad. Poco más de cuarenta años después, aparece en escena Instagram, red social que puede designarse como el ápice de la espectacularidad: un espacio donde la imagen tiene un lugar privilegiado.

En esta era digital, caracterizada precisamente por el culto a la imagen, resulta de gran valor detenerse a pensar el lugar que se les otorga a las imágenes, en ocasiones, en menoscabo de la realidad, y qué implica verdaderamente el acto de mirar (y ser mirado) en las redes sociales.

El presente ensayo se propone entonces abordar la temática de la virtualidad y la imagen, tomando como escenario de análisis el fenómeno Instagram. Se parte de un hecho observable: los usuarios de esta aplicación pasan desde varios minutos a largas horas *scrolleando*, “atrapados” en la dinámica que esta red propone, siendo innegable la dependencia que genera el juego de los *likes* y las imágenes, juego que deriva en la pérdida de la noción del tiempo y la necesidad de permanecer conectado.

El objetivo de este trabajo consiste en trascender el enfoque social de las redes y centrar la reflexión en la economía libidinal del sujeto que se ve capturado por esta dinámica. Para ello, se propone un análisis que permita indagar acerca de la posición libidinal del observador en Instagram. La problemática central del ensayo reside en dilucidar el porqué de la captura pulsional que ocurre en el observador, partiendo del supuesto de que dicha captura se encuentra relacionada con la repetición, no sólo entendida en términos lacanianos como *automaton*, sino también como *tyche*: un encuentro fallido con lo real (Lacan, 2010). Y la mirada, en tanto objeto *a*, es la que sostiene este atrapamiento: volver a mirar, una y otra vez, no para ver algo concreto, sino porque lo que se busca se escapa.

Como referente teórico para analizar la problemática, se toma a Jacques Lacan, uno de los principales exponentes del psicoanálisis. Partiendo del concepto de *pulsión*

escópica, que el psicoanalista desarrolla ampliamente a lo largo del Seminario 11 acerca de los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis, se busca explicar el intercambio de miradas que tiene lugar en Instagram. Para Lacan (2010), en lo que refiere a la pulsión escópica, es imprescindible partir de una diferencia tajante entre la visión y la mirada, donde la primera es un acto de naturaleza fisiológica, mientras la segunda tiene otro estatuto: la mirada es el objeto al cual el sujeto se dirige. Y no se trata de un objeto cualquiera, sino precisamente del objeto *a*, objeto que actúa como causa del deseo.

En este punto, se analizan las contribuciones lacanianas en relación al *deseo*, lo que permite comprender la dinámica del deslizamiento o *scrolling* que se pone en juego en Instagram. En el *Seminario 6: El deseo y su interpretación*, Lacan (2015) ubica al deseo como aquello que aparece en una hiancia, en un intervalo, de forma evanescente y articulado con la palabra, encontrándose adherido “a cierta función del lenguaje, a cierta relación del sujeto con el significante” (p. 14). Allí se sitúa la experiencia del deseo, que es deseo del Otro, pero donde el sujeto puede reconocer su propio deseo; éste se desplaza continuamente, metonímicamente, de objeto en objeto, y es por ello que su satisfacción nunca es completa.

Así, la mirada en tanto objeto *a* es la causa que pone en marcha el acto de mirar en Instagram, pero es también aquello que queda elidido cuando observo: el objeto mirada es inasequible, es un objeto desconocido; precisamente, en tanto “se mira lo que no se puede ver” (Lacan, 2010, p. 189), es que se continúa mirando.

Ahora bien, siguiendo los desarrollos freudianos en lo atinente a pulsiones, Lacan (2010) continúa planteando en su seminario que la pulsión tiene una función de vuelta en la que “ha habido una reversión de un polo al otro, en que el otro entró en juego, en que el sujeto se tomó como término, terminal, de la pulsión” (p. 190). Respecto de esta reversión e inclusión del otro al circuito pulsional, señala algo que es esencial:

Aquí vemos, al fin, qué pasa con la pulsión -el camino de la pulsión es la única forma de transgresión permitida al sujeto con respecto al principio del placer. El sujeto se dará cuenta de que su deseo no es más que un vano rodeo para pescar, engarzar, el goce del otro -en la medida en que al intervenir el otro, el sujeto se dará cuenta de que hay un goce más allá del principio del placer. (Lacan, 2010, p. 190).

En consonancia con este señalamiento, se busca entonces poner de relevancia la operatoria de la pulsión y el *goce* en Instagram, haciendo alusión a la reversión pulsional que tiene en la red social gran importancia: el ser mirado. Se destaca que este carácter circular de la pulsión es lo que lleva precisamente a su satisfacción, lo que Lacan (2013) denomina goce: “el goce se presenta no pura y simplemente como la satisfacción de una necesidad, sino como la satisfacción de una pulsión” (p. 260). Se trata aquí de una satisfacción que encontramos más allá del principio del placer y está ligada a la captura

pulsional, quedando el sujeto fijado al circuito pulsional. Esto se observa, en la red social, en el largo tiempo de conexión de los usuarios, tiempo que pasan deslizando imágenes.

Así, para comprender el porqué de esta captura que vemos producirse en Instagram, se parte de los conceptos lacanianos *pulsión escópica*, *deseo* y *goce*, entendiendo que estas nociones teóricas permitirán realizar una lectura singular de un fenómeno ampliamente estudiado como lo es la virtualidad y, particularmente, la mencionada red social. Dicha lectura posibilitará un cambio de perspectiva que invite a la reflexión y permita profundizar en la temática, corriendo el foco de lo social, tan estudiado hasta el momento, a lo singular.

De Fotolog a Instagram: la era espectacular

Instagram es, actualmente, una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial. Para comprender la dinámica que se juega allí, y que la vuelve tan cautivante para los usuarios, resulta pertinente comenzar analizando cómo se ha ido transformando la interacción virtual desde sus comienzos. Este recorrido permite vislumbrar una mutación en la economía de lo visible, desde la mirada que se ubicaba en un rastro, a una arquitectura diseñada para la captura escópica.

Puede decirse que la creación de Fotolog, en el año 2002, preparó el terreno para las siguientes y numerosas redes sociales que, poco a poco, ocuparían nuestra cotidianidad. Se trataba de un blog: una página web personalizada por cada usuario, a modo de “diario personal”, pero con la particularidad de que el contenido principal que se compartía eran imágenes. Lo que recubre especial interés aquí es la dinámica que la plataforma proponía: el usuario podía subir sólo una foto por día y esperaba, de parte de otros usuarios, visitas y comentarios. En esta forma de intercambio, existía una suerte de contrato implícito basado en la reciprocidad: visitar la cuenta de una persona y comentar sus fotos, “obligaba” a devolver la visita. Queda claro que, independientemente del contenido basado en imágenes, lo central en esta red social estaba en el reconocimiento a través del intercambio. Sin embargo, la mirada ya ocupaba un rol importante, y se ve reflejado nada más y nada menos que en el contador de visitas: el aumento de esa cifra certificaba que se era mirado.

Poco después, en el año 2003, aparece en escena una red social que da un paso más en la forma de interacción: MySpace, cuyo principal objetivo era lograr una comunidad a través del *social networking*. Esta proponía a los usuarios “conectar” con amigos, y amigos de amigos, formándose así una verdadera red de personas; aquí aparecen dos de los elementos característicos de las redes sociales actuales: el seguidor y la red de contactos. Es interesante señalar que aquí, si bien había un genuino interés por el contenido, que se diversificaba entre imágenes, videos y música, lo principal siempre fue la audiencia: esta red comenzó a delinear la idea de que la existencia virtual depende de la validación de un Otro, en tanto instancia cultural, que mira de forma constante.

Años después, MySpace fue destronada por Facebook. Si bien esta última hizo su tímida aparición en el 2004, es en 2008 cuando se produjo el *boom* y se convirtió en la más utilizada a nivel global en ese momento. Lo más característico de esta red social fue el “muro”, espacio personalizado donde cada usuario podía compartir no sólo fotografías, sino también pensamientos, videos y notas, y recibir a su vez “visitas” y comentarios de amigos. Desde los inicios, el foco estuvo puesto en la conexión y la interacción: solicitudes de amistad, seguidores, publicaciones, comentarios, *likes* o reacciones, grupos. El usuario construía un perfil que funcionaba como una representación de sí mismo, pero esa

representación se sostenía en un ida y vuelta. Las imágenes, funcionaban simplemente como un soporte, al igual que las otras formas de publicación que esta plataforma permitía, pero lo interesante aquí es cómo se iba delineando una identidad virtual a partir de lo mostrado, validado a su vez por la mirada ajena.

Paralelamente al despliegue de Facebook, en el año 2006, aparece en escena Twitter, una red social basada en el *microblogging*: una combinación entre producción de contenido y mensajería instantánea, donde justamente las características generales son la brevedad y la rapidez de interacción. Twitter, hoy llamada X, se caracterizó desde sus comienzos por privilegiar el texto, la palabra escrita, sobre la imagen; y si bien poco a poco fue incorporando contenido de tipo visual, su esencia sigue siendo la opinión o el pensamiento instantáneo. En relación a su dinámica, hay dos elementos que se mantienen de sus antecesoras, la posibilidad de “seguir” a otros usuarios y tener seguidores, y la posibilidad de poner *likes* a las publicaciones de otras personas, comentarlas e incluso compartirlas. Ahora bien, lo que destaca a esta red social de las anteriores y da un paso más en las formas virtuales de interacción, es la inmediatez que propone: respuestas rápidas, breves, casi fugaces.

Finalmente, llega el turno de Instagram en 2010. Esta plataforma marcó un quiebre definitivo al posicionarse como la red social fotográfica por excelencia. Más aún, en sus comienzos sólo podía utilizarse descargando la aplicación desde el celular, ya que la idea principal siempre fue que los usuarios saquen sus fotos desde el dispositivo y automáticamente puedan compartirlas allí; incluso se puede acceder a la cámara del móvil a través de la aplicación, lo que facilita la inmediatez de publicación. El contenido se puede publicar bajo la forma de una imagen o foto, un video y/o las más conocidas *stories*, que son imágenes con una duración de 24 horas, transcurrido este tiempo desaparecen. Por supuesto, la red propone también el intercambio entre seguidores, que pueden comentar, *likear* o reaccionar al contenido, además de enviarse mensajes por un canal privado. La mirada se sigue contabilizando con los “vistos” o los *likes* y el número de seguidores, pero, más allá de las métricas, en Instagram la mirada se vuelve una presencia constante, y la centralidad de la imagen es indiscutible.

Ahora bien, pese a la diversidad de propuestas en cada una de estas redes sociales, las formas de interacción entre los usuarios son muy similares, y han ido convergiendo en un punto clave: la mirada. En Fotolog la mirada se contabilizaba; en Facebook se reflejaba en comentarios y reacciones; en X ser mirado es equivalente a ser respondido; en Instagram, la mirada se vuelve el centro gravitacional. Y como soporte de la mirada, las imágenes. En este sentido, puede pensarse, citando a Guy Debord, que se trata verdaderamente de “una relación social entre personas mediatizada por imágenes” (1967, p. 9). El autor define de esta forma el espectáculo, concepto al que le otorga un

lugar privilegiado en su obra, planteando que, en la sociedad moderna, las imágenes y las apariencias sustituyen a la experiencia real. Siguiendo esta idea, puede postularse a las redes sociales en general, y a Instagram en particular, como el ápice de la espectacularidad, el lugar donde las representaciones y los intercambios virtuales relevan a las personas y los vínculos reales. Debord sostiene que “todo lo que antes era vivido directamente se ha alejado en una representación” (1967, p. 8): no hay actividad cotidiana que no sea retratada y compartida en una *storie* o publicación. Se comparte el almuerzo, un partido de fútbol, una reunión familiar o de amigos, el momento de descanso, lo que estamos leyendo... nuestro mundo más íntimo. Y, principalmente, se comparte la propia imagen: autorretrato, retrato, *selfie*, con filtro, sin filtro, en el espejo o con otros.

Hablar de espectáculo en las redes sociales es dar a entender que allí se juega algo que capta la atención de un espectador, y lo que capta la atención de los usuarios en Instagram es algo en esa foto, en forma de publicación o historia, que compartimos con nuestros seguidores. Puede pensarse que la intención principal en esta plataforma es justamente generar interés e interacción: ni más ni menos que una respuesta.

Pero eso no es todo, porque está claro que, en ese espacio virtual, quien muestra y se expone es también espectador. Hay un ida y vuelta que desdobra a cada usuario en uno que mira y que es mirado a la vez; he ahí la dinámica completa de la que antes se hablaba: intercambio, ¿de qué? Intercambio de *likes*, de reacciones o de mensajes; y, en definitiva, intercambio de miradas.

Ojos que no ven

Para adentrarse en el juego de miradas que acontece en las redes sociales, es preciso comenzar con una distinción fundamental: ver y mirar no son sinónimos. Siguiendo a Lacan (2010), puede decirse que la visión está del lado del sujeto, mientras que la mirada está del lado del objeto. Esto significa que cuando se habla de la visión, se habla puntualmente de una función que cumple el ojo del vidente; pero la mirada, por su parte, es una “extraña contingencia” (Lacan, 2010, p. 81), algo que se encuentra fuera de nosotros, en un punto externo (por eso se dice que está del lado del objeto). Sin más: el que observa la escena, no puede incluirse en ella. Acá puede situarse la experiencia de quien observa en redes sociales, que desde el momento en que se *loguea* en la aplicación, es ese ojo que ve a través de la pantalla del celular.

En relación a esto, en el *Seminario 11: Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis*, Lacan introduce ambos conceptos diciendo: “el ojo y la mirada, ésa es para nosotros la esquizia en la cual se manifiesta la pulsión a nivel del campo escópico” (2010, p. 81). Ahora bien, puede definirse la esquizia como una división o separación entre el ojo y la mirada. Esto va de la mano de lo que se mencionaba anteriormente: el ojo, del lado

del sujeto, la mirada, del lado del objeto; es decir, la vivencia de la visión es fragmentada. Pero también, hay algo importante que el autor indica aquí, y es que en la experiencia del observador se manifiesta algo que es de naturaleza pulsional.

Cuando habla de pulsión escópica, Lacan propone una relectura de la concepción freudiana de pulsión, entendida como un término fronterizo entre lo psíquico y lo somático, y compuesta por cuatro elementos que la definen: la fuente (zona erógena), el empuje (la fuerza constante), la meta (la satisfacción) y el objeto (aquel medio por el cual se logra la satisfacción) (Freud, 2010). La lectura lacaniana exige poner en el foco de atención el hecho de que, en el caso de la pulsión escópica, el objeto al cual el sujeto se dirige es la mirada (Lacan, 2010). Y este objeto-mirada, con Lacan, cobra un nuevo estatuto: se trata del objeto *a*, “objeto privilegiado, surgido de alguna separación primitiva, (...) por la aproximación misma de lo real” (2010, p. 90); de ahí en más, este objeto-mirada actuará como causa del deseo.

En Instagram, el circuito pulsional se pone en marcha cada vez que el usuario desliza la pantalla y comienza el *scroll*: la aplicación ofrece una sucesión de imágenes y videos de todo tipo, y este usuario busca allí la satisfacción. Es, entonces, la mirada como objeto *a* lo que actúa como motor y lo mueve a sumergirse en la aplicación y buscar, en cada imagen, el objeto que finalmente lo colme. En este sentido, puede pensarse al *scroll* como un intento de recomposición de aquella esquiza. Pero, pequeño *spoiler*: no importa la cantidad de fotos que la persona observe, no importa qué tantos *reels* llamen su atención o cuántos nuevos perfiles o seguidores le ofrezcan contenido novedoso, *no existe objeto que llene la falta estructural*. El deseo es metonímico, está desplazándose siempre de un objeto a otro, por eso su satisfacción nunca es total y definitiva. Más aún, “cuanto más se acerca el hombre, cuanto más rodea, acaricia lo que cree que es el objeto de su deseo, de hecho más alejado se encuentra, extraviado” (Lacan, 2007, p. 51).

Sucede algo distinto con la pulsión, y es que sí puede satisfacerse. En el caso particular de Instagram, esto es posible precisamente gracias al funcionamiento de la aplicación: con tan sólo pasar el dedo por la pantalla del celular, se produce un deslizamiento continuo, incesante y rápido por una serie interminable de imágenes. Al comienzo, el usuario probablemente se detiene en el contenido de una foto o en un *reel*, buscando aquella plenitud o completud de la que antes se hablaba, buscando un objeto que lo colme; pero no lo encuentra, y pasa a la imagen siguiente, buscando lo mismo, y luego a la siguiente, y a la siguiente. Hasta que este pasaje se da ya sin siquiera detenerse a ver lo que hay del otro lado de la pantalla. El movimiento y la velocidad posibilitan que acontezca la repetición del circuito pulsional una y otra vez, produciéndose la satisfacción pulsional como *plus-de-goce* y la captura del sujeto, que se evidencian en ese atrapamiento

de la persona en el *scroll*, el paso de las horas sumergido en esta dinámica y la necesidad de continuar conectado.

La insistencia del dedo sobre la pantalla revela la naturaleza misma de la pulsión: su carácter de empuje constante, que no busca una meta final, sino el placer de su propio ejercicio. Esta repetición del acto de mirar, que se traduce en el *scroll*, evidencia que la satisfacción no reside en la imagen capturada, sino en el reinicio incesante del circuito.

Ahora no te veo, ahora me ves

Para comprender la captura que acontece en Instagram, es necesario dar un paso más. A lo largo del Seminario 11, Lacan (2010) desarrolla una idea fundamental en relación a la pulsión, y es que ésta se satisface en su propio circuito, y este circuito tiene un carácter circular, una función de vuelta: la pulsión realiza un rodeo, para luego retornar al sujeto. El regreso de la pulsión implica la aparición de un otro, que cierra el recorrido: “gracias a la introducción del otro, aparece la estructura de la pulsión, ésta sólo se completa de veras en su forma invertida, en su forma de retorno” (Lacan, 2010, pp. 189-190).

Esta reversión de la pulsión escópica, que implica un pasaje del mirar al ser mirado, cierra el circuito y posibilita la satisfacción pulsional, ya que efectivamente la pulsión no apunta a un objeto, sino a rodearlo. Así, se explica que el goce no se encuentre en una imagen, en un *reel*, en un seguidor o en un *influencer* en particular: todos estos son meros objetos que aparecen como soportes del circuito, sucediéndose unos a otros. El hecho de que la pulsión emprenda su retorno luego de haber rodeado al objeto *a*, es precisamente lo que produce el *plus-de-goce* como resultado del funcionamiento de la pulsión.

Ahora bien, lo esencial es lo siguiente: todo esto ocurre en el campo de la mirada del Otro. Cuando el usuario se *loguea* en la aplicación, no necesita postear una imagen para entrar en el circuito pulsional. El sólo hecho de entrar a Instagram y posicionar el ojo frente a la pantalla, instala al sujeto en el campo de la mirada del Otro. La plataforma funciona de forma tal que presupone una mirada previa: el usuario ingresa a un espacio donde su ver ya está anticipado por un ser mirado. Y este ser mirado, en el contexto de la red social, se manifiesta como la omnipresencia del algoritmo y la red de seguidores: el *omnivoyeur*, concepto que Lacan (2010) utiliza para pensar en la preexistencia de la mirada, “esa mirada que nos cerca, y nos convierte primero en seres mirados, pero sin que nos lo muestren” (p. 83). El ser mirado es el punto culmine de la dinámica de la red social, en tanto el usuario que mira, también se sabe mirado.

En este punto, no se trata de que alguien más lo mire, sino de que el sujeto es captable, por así decirlo. Cuando da un *like*, cuando mira una historia, cuando comienza a seguir a otro usuario, o simplemente eligiendo y deteniéndose en determinado contenido; todas estas acciones dejan un registro, ya sea bajo la forma de notificación o simplemente

en el historial de cada perfil, como data. Y ese registro, esos datos, funcionan como un verdadero panóptico digital: el usuario se cree en las sombras, pero su rastro lo delata ante la mirada del Otro.

El mecanismo que el sujeto adopta para sostenerse en este campo de la mirada, sin tener que confrontarla, es precisamente el *scroll*: la rapidez y fluidez para saltar de una imagen a otra que Instagram permite, funciona como una especie de resguardo frente a lo que la detención haría aparecer. Si el sujeto detiene el movimiento, queda expuesto a la insuficiencia del objeto para colmar su deseo y, con ello, confrontar el vacío que la imagen no alcanza a llenar.

La pregunta que emerge de este análisis versa entonces sobre la repetición del circuito: ¿por qué dicha insuficiencia de la imagen para colmar la falta no detiene el acto de mirar, sino que lo intensifica? Esta insistencia constituye la base de la captura pulsional y exige distinguir dos modalidades de repetición que operan en el sujeto: *automaton* y *tyche*.

Scroll, scroll, scroll...

Lacan (2010) toma el concepto de compulsión a la repetición de Freud y lo desdobra en dos figuras: el *automaton* y la *tyche*. Esta distinción es esencial para entender qué sucede en el fenómeno Instagram, poniendo el foco en el observador.

En primer lugar, define al *automaton* como el retorno o “la insistencia de los signos, a que nos somete el principio del placer” (Lacan, 2010, p. 62); se trata de algo que sucede en el registro simbólico. Es el retorno de algunos significantes preferenciales, posibilitado por la sincronía de la red, de manera que “la estructura misma de la red implica los retornos” (Lacan, 2010, p. 75). Pero, más allá del *automaton*, velado tras ello, se encuentra lo real, y Lacan define precisamente a la *tyche* como el encuentro, siempre fallido, con lo real; de hecho, toma el término de *dystichya* para hablar de ese “encuentro desafortunado” (p. 87).

En Instagram, el *automaton* se manifiesta en la repetición de los patrones temáticos de consumo: el usuario busca contenido de interés, publicaciones que le atraen como imán, testimonios que resuenan con su historia personal, o casos de personas que lograron aquello con lo que él mismo sueña alcanzar. Al mismo tiempo, el algoritmo facilita esta búsqueda, ofreciéndole al usuario siempre el mismo tipo de contenido para mirar. La interfaz misma del *feed* está estructurada para que esta insistencia parezca “natural”: basta deslizar hacia abajo para que el usuario se reencuentre con aquello que ya lo capturó antes. La experiencia de reconocimiento (“esto me gusta”, “justo lo que estaba buscando”) opera como el retorno significativo del *automaton*, generando un efecto de familiaridad que sostiene la ilusión de elección personal.

De esta manera, comienza la experiencia, pero lo que al principio puede identificarse como una repetición simbólica, se transforma con el deslizamiento en algo más. El *scroll* incesante y sin destino, donde el contenido deja de importar y se pierde la noción del tiempo, supera la lógica del *automaton* para dar lugar, oportunamente, a lo tíquico. Así, lo que comienza siendo una búsqueda más o menos intencional, se transforma en un ver donde ya no hay intención, o al menos donde la intención ya no es mirar. Este deslizamiento constante a través del contenido del *feed* tiene una función clave, que es velar la falta constitutiva del sujeto, evitando que esta se presente como vacío, y manteniendo la ilusión en las imágenes sucedáneas. Pero cuando el movimiento cesa, se produce entonces el encuentro, siempre fallido, con un real angustiante: el sujeto queda enfrentado a este vacío y al hecho indiscutible de que no hay objeto que lo colme, no hay objeto que lleve a la completud.

Cada imagen o *reel*, que el usuario atraviesa rápidamente en el *scroll*, es un fracaso en esa búsqueda, pero permite volver a disparar el circuito una y otra vez; cuando el dedo frena, lo real irrumpe ahí como un resto angustiante que el sujeto no puede atribuir a ninguna imagen particular, porque no proviene de ninguna imagen en sí. Lo que angustia no es simplemente la falta, sino la proximidad excesiva del objeto: el quedar, frente a frente, con la mirada del Otro. Esa mirada es asfixiante, y es por ello que emerge la angustia: se trata de “lo que no engaña” (Lacan, 2007, p. 87), una señal que delata que allí, el *scroll* es el único escape posible.

Conclusión

Este recorrido comenzó con un interrogante clave: ¿qué es lo que captura al usuario de Instagram? ¿cuál es la posición libidinal que adopta el sujeto cuando se entrega a la dinámica de esta red social? La pregunta no apunta a describir un fenómeno social ampliamente documentado, sino a interrogar, desde el psicoanálisis, la lógica pulsional que sostiene esa captura y la insistencia que la caracteriza.

A lo largo del análisis, se ha podido verificar que el *scrolling* incesante no puede pensarse como una mera elección consciente del individuo, sino como el efecto de un montaje que compromete al sujeto en su economía libidinal. Desde el momento mismo en que ingresa a la aplicación, el observador queda situado en un campo que lo precede: el de la mirada del Otro. Instagram no se presenta como un espacio a ser recorrido libremente, sino como una escena ya armada, en la que el ver del sujeto se encuentra anticipado por un ser mirado. En este sentido, la posición del observador no es la de un espectador soberano, sino la de un sujeto tomado en el circuito de la pulsión escópica.

El supuesto inicial —que la captura pulsional del observador se sostiene en una lógica de repetición entendida en términos de *automaton* y *tyche*— permitió ordenar esta experiencia. Por un lado, el *automaton* se manifiesta en la insistencia significativa: la repetición de temas y escenas que el algoritmo organiza y ofrece sucesivamente; esta repetición simbólica sostiene la ilusión de una búsqueda orientada, de un “mirar algo” que responde a un interés propio. Sin embargo, esta dimensión no agota la experiencia; más allá del *automaton*, y velado por él, se encuentra lo real. Allí se sitúa la *tyche*: el encuentro siempre fallido con aquello que no puede ser simbolizado ni absorbido por la lógica del sentido. En Instagram, este encuentro se presenta como una amenaza constante que el *scroll* permite eludir.

En *La cámara lúcida*, Roland Barthes (1990) hace un análisis de la fotografía, destacando dos elementos que la componen; los denomina *studium* y *punctum*:

El primero, visiblemente, es una extensión, tiene la extensión de un campo (...) es el *studium*, que no quiere decir, o por lo menos no inmediatamente, «el estudio», sino la aplicación a una cosa, el gusto por alguien, una suerte de dedicación general, ciertamente afanosa, pero sin agudeza especial (...) El segundo elemento viene a dividir (o escindir) el *studium*. Esta vez no soy yo quien va a buscarlo (del mismo modo que invisto con mi conciencia soberana el campo del *studium*), es él quien sale de la escena como una flecha y viene a punzarme (...) Ese segundo elemento que viene a perturbar el *studium* lo llamaré *punctum*; pues *punctum* es también: pinchazo, agujerito, pequeña mancha, pequeño corte, y también casualidad. El *punctum* de una foto es ese azar que en ella me despunta (pero que también me lastima, me punza). (p. 63 a 65)

En el fenómeno Instagram, el *studium* puede pensarse en consonancia con el *automaton*: el recorrido por imágenes que resultan atractivas, reconocibles, coherentes con

los intereses del sujeto. El *punctum*, en cambio, resuena con la *tyche* lacaniana: aquello que irrumpe sin aviso y desarma momentáneamente la lógica significante. No se trata necesariamente de una imagen extraordinaria, sino de un punto en el que la imagen deja de funcionar como velo y confronta al sujeto con algo que no se deja domesticar.

Este punto de irrupción es también el lugar donde se hace más evidente que quien mira, es mirado. En Instagram, incluso el acto silencioso de mirar deja huellas, datos, métricas. El algoritmo encarna así la figura del *omnivoyeur*, una mirada omnipresente que registra, clasifica y devuelve al sujeto una versión calculada de su propio deseo. El observador cree mirar desde las sombras, pero su mirada está contabilizada y devuelta como oferta. La reversión pulsional se completa: el sujeto mira para no confrontar la mirada, pero al hacerlo confirma su lugar en el campo del Otro.

De este modo, la posición libidinal del observador en Instagram puede pensarse como la de un sujeto capturado en un circuito donde la satisfacción no reside en el objeto mirado, sino en la repetición misma del acto de mirar. El *scroll* opera como defensa frente a lo real, pero al mismo tiempo como vía privilegiada de acceso al *plus-de-goce*, que se produce en el rodeo, no en un encuentro. La captura no se explica entonces por la potencia de las imágenes en sí, sino por la articulación entre pulsión, mirada y repetición.

Ahora bien, tal vez el interés de Instagram, leído desde el psicoanálisis, no radique en su potencia para capturar la mirada, sino en el modo en que, en su propia insistencia, deja entrever su propio límite. Ningún algoritmo puede calcular el punto exacto en el que una imagen deja de funcionar como velo; ningún sistema puede anticipar el momento en que el movimiento se detiene y la angustia aparece. Allí, en ese resto imposible de absorber, se juega algo del orden de lo singular. Instagram organiza la repetición y ofrece la completud, pero no puede abolir lo real que la sostiene. En última instancia, la captura falla allí donde lo real se hace presente: en ese pinchazo que ninguna imagen alcanza a tapar.

Referencias bibliográficas

- Barthes, R. (1990). *La cámara lúcida*. Paidós.
- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Ediciones Naufragio.
- Freud, S. (2010) *Obras completas: Contribución a la historia del movimiento psicoanalítico. Trabajos sobre metapsicología y otras obras (1914-1916)*. (2ª ed., Vol. XIV). Amorrortu.
- Lacan, J. (2007) *El seminario de Jacques Lacan: La angustia* (1ª ed., v. 10). Paidós.
- Lacan, J. (2010) *El seminario de Jacques Lacan: Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis*. (1ª ed., v. 11). Paidós.
- Lacan, J. (2013) *El seminario de Jacques Lacan: La ética del psicoanálisis*. (1ª ed., v. 7). Paidós.
- Lacan, J. (2015) *El seminario de Jacques Lacan: El deseo y su interpretación*. (1ª ed., v. 6). Paidós.