Título de la ponencia: **Sujeto e Ideología en el mundo digital**

Grupo de Investigación Multidisciplinaria: Sociedad 4.0: Subjetividad, Socialización y Tecnología Digital, fase III

Yolanda Vega Castellanos
Directora del Grupo de Investigación
Facultad de Psicología
PUCE
lyvega@puce.edu.ec

Wladimir Sierra Freire
Escuela de Sociología
Facultad de Ciencias Humanas
PUCE
mwsierra@puce.edu.ec

Alfredo Calderón Serrano
Escuela de Sistemas y Computación
Facultad de Ingeniería
acalderon@puce.edu.ec

Áreas del conocimiento: Psicología, Psicoanálisis, Sociología, Ciencias Humanas, Informática, Computación, Investigación Multidisciplinaria.

Resumen

Esta investigación trata sobre la importancia que la tecnología digital tiene para los sujetos contemporáneos en nuestra sociedad, pensada desde el psicoanálisis, la sociología, la computación y la filosofía. Importancia que viene dada por sus efectos, de manera principal la manera en la que esta contribuye a construir, de formas no siempre sabidas o concientizadas, la subjetividad actual, misma que presenta características nuevas en relación a la cultura y a la época. Desde el marco de las nociones psicoanalíticas con un enfoque cualitativo, es decir enfatizando los significados de los discursos desde el marco conceptual psicoanálisis, a detrimento de la cuantificación o la elaboración estadística, buscamos interpretar y construir entendimiento acorde al marco teórico, sobre estos cambios. Encontramos que conceptos y categorías centrales lacanianas, son necesarias para la coherencia de nuestro objetivo, y que nuestro objeto de estudio permite una multiplicidad de abordajes, lo que complejiza y enriquece las posibilidades de análisis.

Palabras Clave: Sujeto del inconsciente, Lacan, sujeto social, tecnologías digitales

Introducción

Los impactos psicológicos y sociales de la incorporación de las tecnologías digitales en el sujeto están recién empezando a estudiarse. Todos las utilizamos, en diferentes medidas, con diferentes grados de facilidad y frecuencia pero siempre con efectos sobre las subjetividades. Efectos de los cuales no todos, ni todo el tiempo, estamos conscientes, lo cual nos introduce en nuestro problema de investigación: la interacción sujeto-máquina y sus consecuencias psíquicas y sociales. En esta fase de nuestra investigación, debido a una iniciativa desde el diseño de sistemas digitales y computación se ha planteado el análisis de ideologías, en principio de las ideologías posibles respecto a las tecnologías digitales, como el uso libre o pagado de softwares y hardware. Al ser un estudio que busca la producción interdisciplinaria y consigue abordajes multidisciplinarios, el significante ideologías con sus posibles acepciones, resuena de maneras específicas y particulares para cada disciplina participante: la sociología y el psicoanálisis, mismo que inscribimos dentro del campo de estudio y acción de las psicologías, para los fines de este estudio y para la ingeniería de sistemas computacionales, rama que construye la mecánica y la forma de los mundos tecnológicos digitales.

En psicoanálisis, el sujeto humano se construye desde el deseo del Otro y en la interacción con los otros, que le preceden y hacen parte de la cultura en la que el sujeto se inserta. Es decir cada uno se humaniza en un registro simbólico que le permite devenir un ser hablante. Y en sí, el sujeto es desde su inconsciente, del cual no se

desprende cuando se conecta, por medio de tecnologías digitales, a otros humanos y a programas y algoritmos no humanos, mecánicos, digitales. De entre las múltiples aristas posibles, esta presentación se enfocará en exponer: 1. La importancia para el sujeto y su posible equilibrio psíquico de concientizar los efectos de las tecnologías digitales. 2. Explicar las consecuencias psíquicas que una invasión narcisista de lo imaginario acarrearía.

Desarrollo

La investigación en sus fases y primera y segunda era exploratoria, en esta fase tiene un carácter descriptivo. Al intentar construir conocimiento multidisciplinario, empleamos en la obtención y el tratamiento de los datos un enfoque cualitativo desde la sociología y el psicoanálisis, y desde la ingeniería de sistemas recurrimos a los dos enfoques, mayormente el cualitativo pero también en la segunda fase, en la investigación de campo se manejó una encuesta de carácter cuantitativo, que no fue el núcleo de nuestra metodología. Este escrito expone mayormente la investigación desde el psicoanálisis, en la cual en la fase dos se utilizaron, y se seguirá haciendo en la fase tres, constructos teóricos psicoanalíticos para, desde ellos, analizar e interpretar los discursos, es decir los significantes obtenidos en entrevistas abiertas y grupos focales. Nos permitimos señalar como cualitativo el enfoque porque lo central es la calidad, la cualidad de los datos y no su cantidad. En investigación psicoanalítica esta cualidad de los datos refiere a los contenidos, los significados para el sujeto quien los enuncia, los produce, en una intención discursiva consciente que sin embargo implica al mismo tiempo una intención desconocida, que por asociación inconsciente, construye sentido. No se intenta profundizar los sentidos inconscientes debido a que no es ni el espacio ni la situación transferencial adecuados, acordes a la exigencia epistemológica y metodológica psicoanalítica.

En la revisión de la literatura hemos encontrado numerosos estudios desde la psicología cognitiva, que dirigidos de manera específica a funciones cognitivas como la memoria, los afectos y la toma de decisiones, no toman una posición crítica en sus planteos y contribuyen al mantenimiento y repetición de un pensamiento hegemónico, de modo que, si bien acordes al campo epistemológico y metodológico en el que se inscriben, no aportan novedad teórica o metodológica ni contribuyen a una mejora en las condiciones prácticas reales de los sujetos contemporáneos, cada vez menos sujetos de deseo y más gozosos usuarios consumidores de tecnología. Estas publicaciones circulan sobre todo en revistas oficiales de la academia a las que parecería que a veces, para cumplir los criterios científicos, relativizan o descuidan sus posibles dimensiones analítico-críticas.

En el psicoanálisis lacaniano, partimos de la idea de que cada ser humano en tanto sujeto del inconsciente, y en tanto yo, existe únicamente a partir de los deseos de

otros seres humanos que le anteceden. De modo que no existe sujeto ni psíquico ni social, que pueda ser autorreferencial. Todos y cada uno, nacemos en un contexto anterior que nos precede. Y nos hacemos, nos construimos, a través de intercambios e interacciones con otros. No hay sujeto psíquico jamás sin otros, quienes transmiten cultura, deseo y lenguaje. En otros términos, la existencia psíquica ocurre en un registro simbólico propio de lo humano (Lacan, 1958/2015). Tampoco existe un ser humano sin cuerpo, (Groel, 2018) mismo que es libidinizado, pulsional e inscrito en una cultura. Esta inscripción en una cultura simbólica determinada, refiere al concepto lacaniano del gran Otro, (Lacan 1958/2015), función sostenida por cada sujeto, en la que cada uno a la vez participa y por la cual recibe, adquiere, adviene a la existencia psíquica. En el gran Otro también se incluye la ideología, sin ninguna connotación valorativa a favor o en contra, simplemente la ideología es de manera innegable, parte integral de la cultura que da forma al psiquismo, es parte del deseo del Otro en relación al cual, el sujeto del inconsciente toma una posición. La red de lo simbólico es en esencia virtual porque no es concreta, partiendo de que virtual significa en potencia, en posibilidad, aunque al mismo tiempo es positivamente existente y se manifiesta en los intercambios comunicacionales entre los miembros del grupo que forma una red. Es decir se trataría del mismo funcionamiento que en mundos virtuales sucede, pero priorizando la apariencia y la imagen, en lugar de la expresión apalabrada en las redes sociales contemporáneas virtuales como Facebook e Instagram, por nombrar las más populares.

Que el gran Otro presenta una dimensión digital fue una idea que postulamos en la segunda fase de nuestra investigación, (Vega, 2017; Sociedad 4.0 Fase II, inédito). ¿Cómo estaría caracterizada esta dimensión digital del gran Otro? En primer lugar por una primacía de lo imaginario, en segundo por una tendencia a incrementar el narcisismo del sujeto, lo que acarrea consecuencias determinadas que inciden en la posibilidad y calidad de relacionamiento. Los registros Imaginario, Simbólico y Real como componentes de la realidad humana son otra noción fundamental en nuestro tema, que teórica y clínicamente es postulada por Lacan como las dimensiones en las cuales la realidad humana se inscribe. (Lacan, 1974-75; Rabinovich, 1995). En referencia esto al apogeo de lo imaginario, que si bien, organizado a partir de lo simbólico tiene efectos psíquicos sobre lo que cada uno piensa y siente de sí como en la manera en la que se relaciona.

Así hemos encontrado que algunos sujetos solo toman como positivos los avances tecnológicos digitales, en una posición ingenua que casi sin saberlo, le hace el juego al mercado y compra cada nuevo objeto de diseño que se le ofrece y así, por ejemplo, cambia de modelo de celular, Tablet o computadora y siente beneficios psicológicos imaginarios en relación al prestigio o la imagen que ante los demás el *gadget* le ofrece. O, sin cuestionarse lo que hace, repite, lo que quiere decir comparte la

información que le llega sin filtro de su parte, sin analizar ni preguntarse si le gusta en realidad lo que está compartiendo o si él como sujeto comparte la ideología subyacente a la información.

El Otro siempre tuvo la virtualidad entre sus características, por no ser una noción completa de totalidad, si no que al ser simbólica es y era faltante en sí misma. Debido a que el lenguaje no alcanza a cubrirlo todo, a decirlo todo, las palabras siempre nos faltan para poder decir lo que desearíamos o sentiríamos, nunca en ese sentido existe una totalidad. Precisamente esta característica de lo simbólico lleva a la sabiduría popular a dar crédito, erróneamente, al slogan publicitario: "Una imagen vale más que mil palabras", es decir a intentar suplir la imposibilidad inherente a lo simbólico con una característica de lo imaginario: la pretensión de ser total, de cubrir todo, de decir todo. En 1964 cuando Lacan habla de la esquizia del ojo y la mirada, pone precisamente en cuestión esta totalidad imaginaria.

El yo del sujeto se construye a partir de la imagen del Otro (Lacan, 1938) cuando reconoce una forma visual una Gestalt completa, integrada, organizada, total y es por eso por lo cual desde su origen el yo, que es imaginario, implica un funcionamiento narcisista, el narcisismo (Freud, 1914/2012) recordemos es el concepto freudiano de acto psíquico (Gérez, 2014) de identificación unificadora con aquello que el Otro primordial (representada por la madre) vio en el sujeto en tanto objeto de su deseo. Debido a su origen como identificación imaginaria, originalmente en relación al narcisismo materno, para el sujeto vivida como omnipotencia, a nivel imaginario es decir falso, el yo siempre incluirá la dimensión imaginaria y se sostendrá en este registro. El narcisismo tiene que caer, terminar, y aparecer un sujeto que se sabe castrado, lo que es decir, no omnipotente y precisamente por eso, con un deseo propio, con la capacidad, la posibilidad de desear desde sí, desde su inconsciente y no desde su madre o desde sus otros únicamente. Este acontecimiento es vivido en el complejo de Edipo (Freud, 1910/2012; Lacan, 1957-1958/2015).

Entonces tenemos que el sujeto se hace desde el deseo de Otro y el yo desde la identificación con lo que cree que el Otro mira. La primera identificación narcisista hace al yo (imaginario y en gran medida consciente) pensarse como espléndido, valioso pero al terminar el narcisismo y enterarse el sujeto que no es omnipotente, que tiene limitaciones, el resto, rezago de narcisismo se organiza como el ideal del yo (Freud, 1914/2012; Lacan, 1958/2015). Con una condición neurótica que es la menos dañina y la más frecuente aún, el sujeto guarda de manera inconsciente el deseo de regresar siempre a ese estado de plenitud, sin carencia alguna y encuentra a lo largo de la vida y sus experiencias las ocasiones vía enlaces inconscientes las maneras de intentar retornar ahí al estado omnipotente del narcisismo original y hacia alcanzar a encarnar el (imposible) ideal del yo.

Por medio de las tecnologías digitales, se ha instalado un imperio de la imagen ofrecida (VIrtualia, 2015) a la mirada de los otros semejantes importantísimos para la vida afectiva de la persona y del grupo, que permite un cierto tipo de intercambio, por ejemplo en la interpretación de dar y recibir *likes* y en el número de "seguidores" es decir, se crea de manera virtual la posibilidad irreal, imaginara de recuperar de estas manera aquel estado perdido de omnipotencia y aparente aceptación total y completa por parte de sus otros semejantes.

Al interactuar en la red, con frecuencia, el sujeto halla la manera de proporcionarse esos beneficios inconscientes. Al conectarse y participar en la comunicación digital, el sujeto no se desprende en su psiquismo de sus deseos inconscientes, más bien, por ejemplo a través de los *likes* conseguidos obtiene una satisfacción que se conecta con esos deseos no concientizados. Al mostrar imágenes de su apariencia, de sus actividades, de sus alimentos, de sus intereses, de su mascota, o de cualquier objeto prolongación de su narcisismo, y provocar reacciones de aceptación cuando no palabras directas de admiración, de cierta manera, logra regresar a satisfacer su ego y su ideal del ego, sin saber que lo está haciendo. Esto le produce un tipo específico de goce que podemos llamar narcisista. Grupos más vulnerables para este tipo de interacción son los adolescentes, o las madres y padres que a través de las imágenes de sus hijos consiguen aprobaciones inconscientemente dirigidas y recibidas por su narcisismo.

Entonces ahora actividades que podríamos de manera inicial, provisoriamente clasificar como de diversión, de entretenimiento tanto como actividades de trabajo, atravesadas por un fin consciente de comunicación, orientadas hacia la productividad laboral también sirven también, debido al medio que utilizan, al soporte en el que operan, para alimentar el narcisismo y sus ambiciones ilimitadas de regreso al estado de omnipotencia yoica.

Las tecnologías digitales y los productos que crean, pertenecen a un sistema de mercado, el cual conoce como manipular las motivaciones y los anhelos de los usuarios. Se diseñan páginas, servicios, aplicaciones, sistemas operativos amigables, es decir atractivos, fáciles, que cumplen su función de enganchar al usuario al proporcionarle beneficios prácticos evidentes y otros psíquicos no tan evidentes.

De modo que se encuentran unidos fines prácticos con fines psicológicos o emocionales, por ejemplo: el estar comunicado con la posibilidad latente de comunicación orientado a beneficios emocionales, como lograr despertar admiración a través de la moda o los productos afines a unos ideales, que también han sido y son construidos desde algún agente, algún lugar y apuntan a unos beneficios no siempre explícitos y por lo general en relación con lo económico.

Así, por ejemplo, el mercado de datos implica que empresas de comunicación digital, lucran comercializando los datos de los usuarios, quienes no reciben ningún porcentaje de ese beneficio económico construido a partir de su información. El mercado del Big data es el más evidente ejemplo de este mecanismo: “El análisis de Big Data ayuda a las organizaciones a aprovechar sus datos y utilizarlos para identificar nuevas oportunidades. Eso, a su vez, conduce a movimientos de negocios más inteligentes, operaciones más eficientes, mayores ganancias y clientes más felices” (Power data, s.f.); (Calderón, Espinoza y Noboa, 2018;). Pero no va solo hasta ahí. Escándalos como Cambridge analytica (The Guardian, s.f.) o la incidencia de las *fake news* en resultados electorales en Estados Unidos en 2016 (Blake, 2018), son otros ejemplos. De modo que los usuarios, consumidores de información, compradores de aplicaciones y de páginas, clientela tanto de periódicos como de redes sociales no tienen idea, no hacen la relación entre su participación en línea y el logro de beneficios económicos para alguien. Con frecuencia, la percepción más bien del consumidor de productos digitales es que está disfrutando de beneficios exclusivos que lo distinguen de la media o que está aprovechando una especie de bendición de haber nacido en un tiempo de avanzada y de progreso que le permite un tipo de existencia de mejor calidad que generaciones anteriores, así por ejemplo, los jóvenes catalogados de *milenials* construyen una especie de identidad gozosa que ignora los detalles de su atrapamiento en la sociedad de consumo y a nivel consciente sienten ser especiales, diferentes, con ideales nuevos ajenos a la generación anterior , con una imaginaria sensibilidad casi mágica, casi mística pero consumen marcas, estilos que no los hacen más que un segmento específico de mercado por ejemplo de viajes o turismo, de modo que están desde más temprano, antes de ser económicamente productivos, atrapados en un sistema económico del cual en modo inevitable e inconsciente son parte activa y al que contribuyen a sostener.

Estos fenómenos nos llevan a varias preguntas sobre las maneras específicas en las que las identidades se construyen, y, sobre la manera en la que este tiempo con su herramienta incide en la formación actual de la subjetividad. Al respecto Jorge Alemán plantea que “resulta imprescindible pensar al poder como productivo, como biopolítico, como productor de subjetividades” (2016, p 64).

¿Cómo se construyen las identidades en relación a las tecnologías digitales?

Cuando en 1930, John Watson, el primer conductista, enunció una de sus citas más conocidas:

> Dadme una docena de niños sanos, bien formados, para que los eduque, y yo me comprometo a elegir uno de ellos al azar y adiestrarlo para que se convierta en un especialista de cualquier tipo que yo pueda escoger -médico, abogado, artista,

> hombre de negocios e incluso mendigo o ladrón- prescindiendo de su talento, inclinaciones, tendencias, aptitudes, vocaciones y raza de sus antepasados (p 104)

no existía ni en pensamiento la posibilidad de redes sociales digitales. Hoy, la situación es bien diferente, las herramientas para los fines *behaviouristas watsonianos* son una realidad cotidiana, popular y muy vigente. Son mecanismos utilizados por los mismos sujetos de manera voluntaria, libre y gozosa. En el presente, no es un psicólogo conductista quien se propone autorizado a decidir quién se construye como médico, abogado, artista, mendigo o ladrón, en nombre del avance científico de la psicología, si no, que ahora, de manera voluntaria, libre pero no consciente, cada sujeto psíquico y social entra a participar en este tipo de construcción de subjetividad, cuando de manera activa consume la información que internet le ofrece, y la construye al exhibir su vida, sus anhelos, sus actividades, y al responder a las ofertas de sus otros digitales. Va dando forma, va produciendo esta realidad de intercambios. Así, cada uno busca reforzarse a sí mismo y a los otros. Y lo consigue. Hoy en día cada sujeto entrega su subjetividad de manera inconsciente para ser formateada, construida y lo hace voluntariamente hasta cierto punto, al aceptar por ejemplo, términos y condiciones sin leer lo que se está aceptando, bajo el razonamiento de que si tantos lo hacen, no debe ser tan nefasto. Y cada uno deviene parte activa en esa construcción del Otro, sin responsabilizarse ni hacer consciente su influencia.

Lo que nos lleva a hacer evidente otra característica de las interacciones humanas por medio de tecnologías digitales: éstas son masivas, en cuanto llegan a la masa y también en cuanto masifican es decir anonimizan, esconden las diferencias, parecen homogenizar al grupo, lo que nos lleva al concepto psicoanalítico de identificación que es el que opera en estas masificaciones que vuelven anónimos a los sujetos (Freud, 1921/2012; Lacan 1961-1962/1993). Para Freud la masa se cohesiona en base a la identificación entre los miembros que crean vínculos inconscientes eróticos, libidinales, y a que todos reconocen su ideal del yo en la figura del líder. A través de las tecnologías digitales, no se arman vínculos libidinales al estilo masa si no comunidades temporales en función del goce compartido, (Laurent, Miller). Byung Chul Han, (2014) propone que hoy se habría reemplazado la noción de masa por la de enjambre: “El enjambre digital no es ninguna masa porque no es inherente a ninguna alma, a ningún espíritu. El alma es congregadora y unificante. El enjambre digital consta de individuos aislados” (p 16). Lo que nos lleva a otra, la segunda, característica de nuestro objeto de estudio: el efecto de que aunque a nivel consciente afirma facilitar la comunicación, lo que produce es aislamiento al alterar la calidad posible de la comunicación y a la larga de la relación.

Heidegger dice que la construcción de sentido es la posibilidad inherente al Dasein, posibilidad particular y propia, que lo diferencia de los demás entes (Heidegger, 1927/2009). De modo que la producción de sentido es una actividad automática,

inconsciente, como también es la tendencia a humanizar, a antropomorfizar los objetos con los que el Dasein convive. Esta teorización heideggeriana nos explica porque los usuarios suponen una subjetividad a los algoritmos que sostienen el funcionamiento digital.

Conclusiones

En el funcionamiento subjetivo en los mundos digitales, la lógica moebiana propuesta por Lacan para entender el psiquismo, se hace palpable al constatar la falta de un exterior constitutivo, delimitante, que separe con estabilidad y diferencie de manera inequívoca, lo interior de lo exterior tanto del sujeto como de la virtualidad de su mundo. Esto es debido a la propia constitución estructural del psiquismo en un sujeto que es en *extimidad,* es decir en un afuera que es lo más íntimo. (Lacan, 1958/1989).

La subjetividad influenciada si no construida por las tecnologías digitales tiende a caracterizarse por la exacerbación del narcisismo y la mayor frecuencia de intercambios en el orden de la identificación imaginaria. Mientras la función *normalizadora homogenizante* del internet pasa desapercibida por la mayor parte de usuarios.

Las tecnologías digitales son producto de su época y el sistema económico que las produjo de modo que acríticamente empleadas trabajan para el sistema neoliberal y aseguran el libre flujo de las mercancías, ahora incluidas como tales la subjetividad y el deseo; el internet es una herramienta que tomada de manera acrítica permite la reproducción ideológica y tomada de manera pensante puede servir para difundir las ideas contrarias, posibilitando su empleo el despertar consciencia en lugar de dormirla, sedarla o doparla.

La tendencia de *antropologizar* todo, hace que el usuario suponga de modo inconsciente y automático, una subjetividad semejante a la suya a los algoritmos y que proyecte sobre los sistemas operativos sus propias características mentales, hoy la pregunta es si esto sucede de doble vía, en el otro sentido, si ¿la programación algorítmica de la inteligencia artificial no marca, no señala un cierto tipo de razonamiento mecánico y binario en los sujetos de la tecnología?

En sociedades con acceso medio a la tecnología y con sistemas históricos de desigualdad social y económica, las tecnologías digitales funcionan como narcotizantes para evadir la realidad en determinados sujetos por un lado, mientras por otro crea una falsa percepción de igualdad en derechos y posibilidades de expresión y de imaginario reconocimiento subjetivo democrático.

Referencias Bibliográficas

Alemán, J. (2016). *Horizontes Neoliberales en la Subjetividad*. Buenos Aires: Grama.

Blake, A. (2018, April, 3th). A new study suggests fake news might have won Donald Trump the 2016 election Analysis *The Washington Post*. Disponible en: https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2018/04/03/a-new-study-suggests-fake-news-might-have-won-donald-trump-the-2016-election/?noredirect=on&utm_term=.5de9fea11ed3

Calderón, A., Espinoza O., y Noboa, T. (2018). Análisis introductorio de las formas de concentración de la información en el software social y las relaciones de poder *Revista PUCE* 106 pp. 207-222. Disponible en: http://www.revistapuce.edu.ec/index.php/revpuce/article/view/136

Calderón A. (2017). Capítulo en *Investigación Sociedad 4.0: subjetividad, socialización y tecnología digital, fase II*. Inédito

Freud, S. (1914/2012). Introducción al narcisismo en Trabajos sobre Metapsicología *Obras Completas* Vol. XIV pp. Buenos Aires: Amorrortu.

Freud, S. (1923/2012). Psicología de las masas y análisis del yo *Obras Completas* Vol. XVIII. Buenos Aires: Amorrortu.

Gérez M. (2014). *100 años de Narcisismo y aún*. Conferencia en la Universidad de Tembuco (Video). Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=GVlXLRrYeYc

Han, Byung Chul. (2014). *El Enjambre*. Barcelona: Herder.

Heidegger, M. (1927/2009). *El Ser y el Tiempo*. (Traducción de José Gaos). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Heidegger, M. (1927/s.f.). *Ser y Tiempo*. (Traducción de Jorge Rivera). Santiago de Chile: Escuela de filosofía ARCIS. Versión electrónica Disponible en: www.philosophia.cl /

Lacan, J. (1957-1958/2015). *Seminario 5 Las Formaciones del Inconsciente*. Buenos Aires: Paidós.

Lacan, J. (1958/1989). *Seminario 7 La Ética*. Buenos Aires: Paidós.

Lacan, J. (1957-1958/2015). *Seminario 9 La Identificación*. Buenos Aires: Paidós.

Lacan, J. (1964/1995). *Seminario 11 Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis*. Buenos Aires: Paidós.

Lacan, J. (1838/1995). El estadio del espejo en su función del yo *Escritos 1*. México: Siglo XXI.

Lacan, J. (1974-75). *Seminario 22 RSI*. Versión crítica. Disponible en: https://www.lacanterafreudiana.com.ar/2.1.10.7%20CLASE%20-07%20%20S22.pdf

Power Data. (s.f.). Big Data: ¿En qué consiste? Su importancia, desafíos y gobernabilidad *Power Data*. Disponible en: https://www.powerdata.es/big-data

Rabinovich, D. (1995). *Lo imaginario, lo simbólico y lo real, Clase de la Dra. Diana S. Rabinovich del 22/06/1995*. Disponible en: http://23118.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/informacion_adicional/electivas/francesa1/material/Lo%20simbolico%20lo%20imaginario%20lo%20real.pdf

The Guardian. (s.f.). The Cambridge Analytica Files *The Guardian International Edition*. Disponible en: https://www.theguardian.com/news/series/cambridge-analytica-files

Vega, Y. (2017). ¿Cómo afectan los mundos digitales al sujeto? *Revista PUCE* 105 pp. 401 – 431. Disponible en: http://www.revistapuce.edu.ec/index.php/revpuce/article/view/113

Virtualia # 30, (2015). Dossier El imperio de las imágenes. *Virtualia* 30 Disponible en: http://www.revistavirtualia.com/ediciones/30

Watson, J. B. (1930). *Behaviorism*. Chicago: University of Chicago Press.