

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Nosotras: **MARÍA ALICIA ABAD VIDAL**, con C.I. 010448281-5 y **VALERY NATTACHA AGUIRRE BONILLA** con C.I. 171987060-0 autores del trabajo de graduación intitulado: “**EL SUJETO DEL LIKE, EL GOCE EN REDES SOCIALES**”. **Estudio psicoanalítico realizado con universitarios entre 18 y 25 años, en Quito, durante el periodo desde octubre 2016 hasta abril 2017, previa a la obtención del título profesional de PSICÓLOGA CLÍNICA, en la Facultad de Psicología.**

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizamos a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, marzo 2019



MARÍA ALICIA ABAD VIDAL
C.I. 010448281-5



VALERY NATTACHA AGUIRRE BONILLA
C.I. 171987060-0





PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE PSICOLOGÍA CLÍNICA**

TEMA:

EL SUJETO DEL *LIKE*, EL GOCE EN REDES SOCIALES

**ESTUDIO PSICOANALÍTICO REALIZADO CON UNIVERSITARIOS ENTRE 18 Y 25
AÑOS, EN QUITO, DURANTE EL PERIODO DESDE OCTUBRE 2016 HASTA ABRIL
2017**

DIRECTORA: YOLANDA VEGA

REALIZADO POR:

Alicia Abad V.

Valery Aguirre B.

QUITO, 2018

Dedicatoria:

A quien en su práctica escuche el malestar de los que en su intento de relacionarse con los otros dentro del mundo virtual se cuestionen.

Agradecimientos:

Agradezco a mis padres, quienes con su ejemplo y dedicación me dieron las bases y los valores para formarme como la persona que soy ahora. Me enseñaron que en la vida hay que enfrentar grandes obstáculos pero que con el apoyo mutuo y el esfuerzo todo es posible superar.

Agradezco a Yolanda Vega por ser maestra, guía y amiga.

Agradezco a David, por ser mi compañero, apoyo y confidente durante el final de este proceso.

A mis profesores de la Universidad y grupo de investigación "sociedad, psicoanálisis y tecnología digital", quienes con sus palabras y experiencia supieron despertar en mí las ganas de aprender, de investigar y sobretodo de escuchar lo que el otro tiene por decir.

- Valery

Agradezco a mis padres, por todo el esfuerzo que mi crianza ha implicado, por estar siempre para mí, por su paciencia y dedicación a lo largo esta carrera y en la vida; espero poder retribuir al menos un poco de su difícil trabajo.

Agradezco a mi hermano, por transmitirme su sabiduría y experiencia cuando más lo necesito, por ayudarme a crecer y por cuidarme siempre. También a Verónica, por impulsarme a avanzar y estar pendiente de mi bienestar.

A Alan, porque su paciencia me motiva a continuar, a ser mejor y a trabajar en equipo.

A Valery, por su compañerismo y amistad, por atreverse a cruzar por este sinuoso camino junto a mí.

Agradezco a Yolanda Vega por su apoyo, instrucción, por el aprendizaje brindado y por la confianza otorgada para la presente investigación.

A mis profesores de la Universidad, a Alfredo Calderón y a Wladimir Sierra, por compartir su conocimiento en informática y sociología respectivamente. Gracias por ayudarme a ser mejor profesional.

- Alicia

Tabla de Contenidos

Resumen.....	6
Abstract	6
Introducción	7
Capítulo 1: Conceptos desde el psicoanálisis.....	10
1.1. Concepto de sujeto	10
1.2. Complejo de Edipo, castración y el Nombre del Padre.....	11
1.3. El Otro y el otro	16
1.4. Narcisismo.....	17
1.5. Estadio del espejo	18
1.6. Constitución del sujeto en función de los tres registros RSI	21
1.7. El Goce.....	24
Capítulo 2: Conceptos desde la informática	28
2.1. Lo virtual.....	28
2.1.1. Realidad virtual.....	32
2.2. El auge del internet	33
2.2.1. Definiciones.....	33
2.2.2. Historia del internet	34
2.2.3. Web 2.0, la red social	36
2.2.4. Web 3.0, la red semántica.....	36
2.2.5. Web 4.0	37
2.3. Comunicación Virtual	37
2.4. Redes Sociales: <i>Facebook</i>	38
Capítulo 3: Investigación	45
3.1. Preguntas guías de la investigación	45
3.2. Tipo de investigación:.....	45
3.3. Tipo de enfoque	45
3.4. Diseño:.....	45
3.5. Método e instrumento para la recolección de información	45
3.6. Población:.....	45
3.7. Muestra:	46
3.8. Criterios de inclusión y exclusión:	46
3.8.1 Criterios de inclusión:.....	46
3.8.2 Criterios de exclusión:	46
3.9 Métodos e instrumentos para analizar los datos obtenidos	46

3.10. Procedimiento	47
3.11. Resultados de las entrevistas individuales.....	47
3.12. Resultados de los grupos focales	55
Capítulo 4: Análisis de resultados frente a los conceptos teóricos investigados.....	62
4.1. Facebook, un medio de comunicación inmediata y su relación con los otros.....	62
4.2. La relación del sujeto con el objeto, una posibilidad de “llenar” la falta.....	64
4.3. Redes sociales, el espacio en donde todo está permitido	67
4.4. El like como representante del objeto mirada.....	68
4.5. La fotografía, video o transmisión, como expresiones del narcisismo	69
4.6. La primacía de lo imaginario en relación a lo virtual	69
4.7. El meme, una forma de representar el chiste como expresión de lo inconsciente.....	70
Conclusiones	72
Recomendaciones	75
Bibliografía	76
Anexos.....	1

Resumen

Este trabajo estudia, desde el psicoanálisis, la implicación subjetiva en la participación en redes sociales, la que se articula con la noción de goce, significada en las interpretaciones del *like*, en una muestra de hombres y mujeres universitarios durante siete meses. A partir de un enfoque cualitativo, se emplea análisis de discurso, para encontrar que el uso de redes sociales representa un modo específico de goce, el que implica compulsión a la repetición, lo cual de manera directa explicaría la gran aceptación de *Facebook* y nos remite a la búsqueda inconsciente de aceptación, como una característica del funcionamiento psíquico contemporáneo. Los resultados también nos muestran malestares debido a la sobreexposición y la eventual saturación del medio, los efectos psíquicos de la relevancia de la mirada, y en general del predominio del registro imaginario.

Palabras Clave: Psicoanálisis, Facebook, goce, *like*, repetición, subjetividad.

Abstract

This research studies, from the psychoanalysis, the subjective involvement in participation in social media, which is articulated with the notion of jouissance, meaning in the interpretations of the *like*, in a sample of university men and women during seven months. From a qualitative approach, discourse analysis is used to find the use of social media represents a specific mode of jouissance, which implies compulsion to repeat, which would directly explain the great acceptance of *Facebook* and send us to the unconscious search for acceptance, as a characteristic of contemporary psychic functioning. The results also show us discomfort due to the overexposure and the eventual saturation of the medium, the psychic effects of the relevance of the gaze, and in general the predominance of the imaginary register.

Key words: Psychoanalysis, Facebook, jouissance, *like*, repetition, subjectivity.

Introducción

El actual *boom* de participación en redes sociales, ha puesto un verdadero reto a la psicología, y sobre todo al psicoanálisis: las clásicas nociones de “sujeto” (y las formas en cómo éste se constituye) se encuentran totalmente atravesadas por el auge de nuevos procesos de subjetivación, de devenir sujetos, caracterizados principalmente por la importancia que tiene la participación y comunicación a través de las *social media*. Sin embargo, ahora más que nunca, para el psicoanálisis es absolutamente pertinente si quiere no sólo re-pensar sus bases conceptuales, sino también de posicionarse de manera radical y crítica frente a la incertidumbre generalizada de lo que ocurre en redes sociales. En otras palabras, el psicoanálisis tiene la oportunidad de poner orden y dar explicaciones sensatas a la actual fascinación, sospecha y encanto que genera el “mundo digital”.

De todos los fenómenos psicológicos que podrían encontrarse en redes sociales, nosotros hemos puesto especial énfasis en *las manifestaciones del goce* dentro de las redes sociales. Creemos que podemos encontrar la columna vertebral de los nuevos procesos de subjetivación si ponemos nuestra atención al poder que tiene el *gocce* sobre los usuarios de redes sociales. No es ningún misterio el carácter *repetitivo* de muchas de las prácticas que se realizan dentro de redes sociales: ver interminables veces videos y fotografías deslizando el dedo hacia arriba, revisando una y otra vez perfiles, y, sobre todo, “poner *likes*”. Los sujetos que se avocan a la participación del mundo digital, son sujetos a los que se demanda gozar, a repetir interminables veces prácticas monótonas. En redes sociales hay una demanda de repetir, de adquirir hábitos repetitivos, que sólo pueden ser interrumpidos por el cansancio, por el cuerpo, pero la demanda está ahí, inscrita pero de manera implícita.

Sobre todos los actos repetitivos, el dar un “me gusta” es quizás el acto más significativo y que utilizaremos para representar a lo que hemos decidido denominar “el sujeto del *like*”. Así pues, la red social a la que dirigimos nuestro estudio fue *Facebook*. De esta manera, el objetivo de nuestra investigación fue analizar la relación que tiene el goce en torno al uso que le da el sujeto a las redes sociales virtuales lo que responde a la pregunta de: ¿Cómo se manifiesta el goce, en la experiencia particular de cada sujeto usuario de *Facebook*?

Nuestro trabajo consistió en realizar una investigación cualitativa, basada en el análisis de discurso de una muestra de veinte personas, de las cuales a las primeras diez se les realizó entrevistas individuales semi-estructuradas, y las diez restantes se separaron en dos grupos focales a las cuales se les realizó preguntas abiertas.

En el primer capítulo de nuestra investigación se realiza un recuento de los principales conceptos psicoanalíticos que utilizamos para la investigación. Entre los conceptos utilizados están: sujeto, goce, el complejo de Edipo, el Otro y el otro, narcisismo y estadio del espejo. La teoría psicoanalítica fue la base teórica para analizar las entrevistas.

En el segundo capítulo se ha considerado necesario plantear aquellos conceptos que permiten entender a la web 2.0, 3.0 y 4.0, que abren paso a la comunicación virtual por medio de aplicaciones, y cómo es que la red social *Facebook* se posicionó como la más popular y utilizada de nuestros tiempos. Además, cómo el ícono de *like* ha generado todo un revuelo entre aquellos que son usuarios. Para este capítulo se han tomado nociones sociológicas y de la informática.

El tercer capítulo describe el estudio de campo, expone la metodología, empieza con los criterios de inclusión y exclusión. Informa como las entrevistas semi-estructuradas realizadas se transcribieron, de manera posterior se seleccionaron y codificaron aquellos enunciados que hacían relación al tema de investigación planteado y se sistematizaron. Es importante mencionar que el estudio obedece a la especificidad del uno por uno que exige el psicoanálisis, es decir, que se respeta la particularidad de la experiencia de cada entrevistado en el uso que le da a las redes sociales y lo que relata en torno a la misma.

Finalmente es en el cuarto capítulo en el que se anudan los conceptos de la teoría psicoanalítica detallados en el primer capítulo con los conceptos tomados desde la informática y la sociología, por medio de las enunciaciones que los sujetos entrevistados producen a lo largo de las entrevistas.

La presente disertación forma parte del proyecto de investigación titulado “Sociedad 4.0: Socialización, Subjetividad y Tecnología Digital”, fase II, el cual se lleva a cabo por docentes y estudiantes de las carreras de sociología, ingeniería en sistemas y psicología de la Universidad Católica de Quito.

A continuación, usted encontrará un esfuerzo por combinar campos del conocimiento diferentes, expuestos en determinado orden con el propósito de que sea más cómodo comprender la intención del análisis de discurso de los sujetos entrevistados y así realizar un acercamiento en el que se anude al concepto *goce* con el uso del popular *like*, ya que es un fenómeno actual, novedoso y que inmiscuye a todo aquel que habla y utiliza las *social media* como vía para comunicarse.

Capítulo 1: Conceptos desde el psicoanálisis

En el primer capítulo se van a exponer aquellos conceptos del psicoanálisis que consideramos relevantes para la investigación y se relacionarán posteriormente con los resultados obtenidos de las entrevistas.

1.1. Concepto de sujeto

Entre las definiciones de la RAE (2006) encontramos que sujeto es aquel que está sujetado y expuesto o propenso a algo. En gramática sujeto es una función oracional desempeñada por un sustantivo, un pronombre o un grupo nominal en concordancia obligada de persona y de número con el verbo.

Desde su etimología para Walter Brugger, filósofo (2000), la palabra sujeto proviene del latín *subjectum* que significa «lo puesto debajo», «lo que se encuentra en la base»; de ahí su sentido afín a *substrato* («lo extendido debajo») y *substancia* («lo que está debajo»).

En el diccionario del psicoanálisis encontramos que sujeto es un concepto “distinto del individuo tal y como lo percibimos ordinariamente, el sujeto es lo supuesto por el psicoanálisis desde que hay un deseo inconsciente, un deseo capturado en el deseo del Otro, pero del que sin embargo debe responder” (Chemama & Vandermersch, 2010, pág. 651). Deseo que se manifiesta en cada una de las formaciones del inconsciente.

Como concepto desde el psicoanálisis se tiene mucho por decir: partiendo desde las formulaciones que Freud hace, el aparato psíquico del individuo se encuentra dividido entre inconsciente, preconscious y consciente en la primera tópica, y entre yo, ello y súper yo, en la segunda tópica. Lacan, en 1956, diferenciará al sujeto del YO: mientras que el yo se ubica mayormente dentro del orden de lo imaginario, constituyéndose en el estadio del espejo. El sujeto (del inconsciente), en cambio, formará parte del orden simbólico, deviniendo de la operación del significante del Nombre del Padre. Mencionando al aforismo que Lacan hace: “Un significante representa a un sujeto para otro significante” (Lacan J. , 2010, pág. 799), se dice que el sujeto es un efecto del lenguaje, producto de la sujeción al significante.

En otras palabras:

El sujeto del que habla tiene un cuerpo, sí, pero un cuerpo hecho por el discurso y por el deseo del otro que ha ido inscribiendo sus huellas en él. El cuerpo del que habla el psicoanalista no es el organismo sino el cuerpo como organización libidinal, como sistema de representaciones centrado imaginariamente en el “yo” del enunciado, el efecto imaginario inducido por el orden simbólico a partir de la represión originaria (Braunstein N. , 1985, pág. 95).

Es decir, para el psicoanálisis el sujeto siempre va a ser el sujeto del inconsciente, al cual se lo representa con una S tachada (\$), siendo efecto de la operación del significante en curso, misma que se instaura a partir del complejo de Edipo. Es así que el lenguaje funciona con una batería de significantes aptos para combinarse o sustituirse y para producir así efectos de significación. En este momento podemos dar la definición del sujeto que le debemos a Lacan: «Es lo que un significante representa para otro significante» (Chemama & Vandermersch, 2010, pág. 153)

Pese al corte que marca la diferencia de conceptos desde la postulación sobre el sujeto que presenta el psicoanálisis con las definiciones de las otras ciencias como la biología, la antropología, sociología; el sujeto siempre es “sujeto/discurso porque es, en todo, un efecto de prácticas discursivas” (Braunstein N. , 1985, pág. 92), porque únicamente de su práctica discursiva es que podemos distinguir a este sujeto del resto de los objetos y seres; es decir, “su ser es inabordable fuera de este orden del discurso” (Braunstein N. , 1985, pág. 92).

1.2. Complejo de Edipo, castración y el Nombre del Padre

La primera relación de realidad que tiene un recién nacido, es con su madre y ella es quien lo introduce al medio exterior, sin embargo, es necesaria la intervención de un tercero para cortar esta dualidad hasta el momento existente. El punto de partida para que se dé esta ruptura es el complejo de Edipo, teoría formulada en base a la historia de Edipo rey de Sófocles.

En su diccionario, Evans (1997) menciona que, para Freud, el complejo de Edipo es el periodo en donde se presentan aquellos deseos inconscientes ya sean hostiles o

amorosos que el niño experimenta hacia sus progenitores, mientras desea al uno, se siente rival del otro. En las cartas dirigidas a Fliess entre 1897 y 1904, Freud menciona el carácter de universalidad que tienen estos deseos inconscientes, que es lo mismo que le ocurre a Edipo en el mito; lo que marca diferencia es la particularidad con la que ocurre a cada sujeto. En 1910 es cuando se le otorga la categoría de complejo y se ubica la fase fálica entre los tres y cinco años de edad.

Es así como, Freud en el texto *cinco conferencias sobre psicoanálisis* menciona que el niño pequeño desarrolla ternura hacia su madre de forma particular, considerándola como su bien propio, por lo que empieza a sentir al padre como su rival, aquel que le disputa esa posesión exclusiva; la hija por su lado ve a su madre como la que interfiere en su vínculo de ternura con el padre, ocupando un lugar que ella desea llenar (Freud, *Cinco conferencias sobre psicoanálisis. Un recuerdo infantil de Leonardo da Vinci, y otras obras. Tomo XI, 1910*). El teorizar al complejo de Edipo permite dar cuenta de los sentimientos ambivalentes que el niño tiene hacia sus padres y cómo esto acontece en la posición que tomará el niño o la niña frente a su sexualidad.

Para Freud, el complejo de castración está fuertemente vinculado al complejo de Edipo:

Freud describió el complejo de castración en 1908, sosteniendo que el niño al descubrir la diferencia anatómica entre los sexos (la presencia o ausencia del pene) supone que esta diferencia se debe a que el pene de la mujer ha sido cortado. (Freud, 1908c). De modo que el complejo de castración es el momento en el que una teoría infantil (todos tienen pene) es reemplazada por otra (las mujeres han sido castradas). Las consecuencias de esta nueva teoría infantil son diferentes en varones y en niñas. El varón teme a que su propio pene sea cortado por el padre (angustia de castración), mientras que la niña se ve como ya castrada (por la madre), e intenta negarlo o compensarlo procurándose un hijo como sustituto del pene (envidia del pene) (Evans, 1997, pág. 52).

En el varón es el punto de salida, su crisis terminal; mientras que para la niña este representa el punto de entrada al complejo de Edipo, mientras que para Lacan este es el momento final del complejo de Edipo en ambos sexos.

Al respecto Lacan menciona que, Edipo Rey al ser un mito se posiciona en el orden simbólico, por lo que el complejo de Edipo es un evento estructurante y organizador

para el sujeto, en tanto al lugar en el que este se posiciona en relación al Otro. En el seminario V, Lacan analiza el pasaje de lo imaginario a lo simbólico en los tres tiempos del Edipo: una secuencia de acontecimientos que ocurren en el orden lógico, más no cronológico.

En el primer tiempo, el niño al estar en una relación de completitud con la madre lo que busca es poder satisfacer el deseo de ella, ser el falo, viéndose su propio deseo, alienado. La madre sintiéndose también completa, lo ubica en este lugar de falo, a esto es lo que Lacan lo llama como la triada fálica: niño, madre, falo. En esta completitud no cabe la falta, el niño es el falo de la madre y la madre dicta la ley. En este momento la instancia paterna todavía no se ha manifestado de manera directa, encontrándose en una posición velada; velada porque a causa de la propia castración de la madre la función paterna se encuentra presente.

En el segundo tiempo, es en donde opera la función paterna y esta acción constituye un evento crucial en la estructura psíquica del sujeto (Dor, 1989). En el plano imaginario el padre afirma su presencia e interviene como el privador de la madre, más no del niño, constituyéndose como soporte de la Ley, para Lacan este es el estadio nodal y negativo, en donde opera la castración simbólica. El niño no es más el falo de la madre y ahora debe ser rival de su padre por el deseo de ella.

El tercer tiempo, el padre interviene como el que tiene el falo y no como el que lo es, en otras palabras, “el padre puede dar a la madre lo que ella desea y puede dárselo porque él lo tiene” (Lacan J. , 2010, pág. 200), aquí la relación entre la madre y el padre regresa al plano real, por lo que el “tener” se refiere al órgano genital; “es por esto que puede producirse el giro que reinstaura la instancia del falo como objeto deseado por la madre, y no ya solamente como objeto del que el padre puede privar” (Lacan J. , 2010, pág. 199), de este tiempo depende la salida del complejo de Edipo. Esta es “la etapa de la identificación en la que se trata para el niño de identificarse con el padre como poseedor del pene, y para la niña de reconocer al hombre como quien lo posee” (Lacan J. , 2010, pág. 202).

Retomando el tema de la castración y acudiendo al diccionario de la RAE (2006) castración es la acción de castrar o cortar los genitales. En el diccionario del psicoanálisis de Chemama y Vandermersch (2010) dice que:

Para Freud, es el conjunto de las consecuencias subjetivas, principalmente inconscientes, determinadas por la amenaza de castración en el hombre y por la ausencia del pene en la mujer. Para Lacan, retornando a Freud, es el conjunto de estas mismas consecuencias en tanto están determinadas por la sumisión del sujeto al significante (Chemama & Vandermersch, 2010, pág. 74).

La castración es definida por Lacan como la falta simbólica de un objeto imaginario; la castración no refiere al pene como órgano real sino al FALO imaginario (Evans, 1997, pág. 53) y lleva al niño a renunciar a identificarse con el falo materno, con el objeto causa del deseo de su madre. En sí, la castración viene a ser una simbolización sobre la diferencia de los sexos, siendo necesaria la intervención de un tercero, el padre, para que se lleve a cabo esta operación que estructura.

Tomando a Lacan desde Evans (1997), el padre cumple con dos funciones ante el sujeto a constituirse: función protectora y función prohibitiva. El padre media la relación dual madre-hijo, lo salva de la psicosis y hace posible su ingreso en la existencia social. Su ausencia como representante de la ley constituye un factor importante en la etiología de todas las psicopatologías.

Al niño, el padre le prohíbe realizar el deseo que siente inconscientemente por su madre, al mismo tiempo que le propone unos ideales que son especialmente ideales de goce sexual. Él le dice de alguna manera: “tú no volverás a poseer el seno originario, pero tú gozarás como yo, más tarde, con una mujer de tu generación” (De Neuter, 1992, pág. 103).

Del lado de la niña las cosas son más complejas. En un primer tiempo en efecto, el padre prohíbe a la niña, como al niño, realizar el deseo que ella siente inconscientemente por su madre, en tanto que la madre es para ella, como para el niño, el soporte de una primera identificación. Pero ustedes ven inmediatamente la dificultad con que la niña se topa, si se queda enteramente fijada en el mensaje paterno: “tú gozarás de como yo, más tarde, con una mujer de tu generación” (De Neuter, 1992, pág. 103). Es necesario un segundo tiempo que anule al primero. En este segundo tiempo, el padre hace posible que el deseo de la niña se desplace de la madre hacia él mismo prohibiéndose totalmente la realización de su deseo, enviándole implícitamente este otro mensaje importante para la feminidad de su hija: “Tú gozarás, más tarde como tu madre goza conmigo, pero con un hombre de tu generación” (De Neuter, 1992, págs. 103-104).

Con respecto al Padre y la función que cumple Lacan propone la existencia de sus tres representantes: el Padre simbólico, el Padre imaginario y el Padre real.

Mientras que el padre real, es el padre genitor, el de carne y hueso, el padre simbólico es el que llega a asumir la representación simbólica y hace que opere la función de metáfora, es a quien se dirige el deseo de la madre.

Para ser más explícitos, el Padre simbólico no es un ser real sino una posición, una función y por lo tanto es sinónimo de la “función paterna”. Esta función no es otra que la de imponer la LEY y regular el deseo en el complejo de Edipo, ya que interviene en la relación dual imaginaria existente entre la madre y el niño, para introducir una necesaria “distancia simbólica” entre ellos. “La verdadera función del padre es la de unir (y no poner en oposición) un deseo y la Ley” (Evans, 1997, pág. 145).

El Padre simbólico es también el padre muerto, el padre de la horda primordial que ha sido asesinado por sus hijos. Tiene carácter universal por tanto una existencia significativa, es también designado como Nombre-del-Padre y a su operación simbólica como: metáfora del Nombre del Padre. “¿De qué se trata la metáfora paterna? Propiamente, es en lo que se ha constituido de una simbolización primordial entre el niño y la madre, poner al padre, en cuanto símbolo o significante, en lugar de la madre” (Lacan J. , 2010, pág. 186). Su posición dentro del orden simbólico “es una necesidad de cadena significativa” (Lacan J. , 2010, pág. 187), es fundadora de la posición del falo en el plano imaginario, falo (ϕ); es decir como significante de la falta que se crea en el Otro.

Es por esto que hijo del hombre, en tanto significante, está sometido a la determinación de las leyes de la cultura las cuales se reducen al: “no cohabitarás con tu madre”, pero también al: “no reintegrarás tu producto”. Es decir, una doble prohibición que consagra al hijo a la separación de la madre y a la separación de sí mismo en tanto que él es lo dado al Otro (Braunstein N. , 1985).

En cuanto al Padre imaginario, “es una imago, un compuesto de todos los constructos imaginarios que el sujeto erige en el fantasma en torno a la figura del padre” (Evans, 1997, pág. 146), es decir, este padre se presenta como un padre ideal, omnipotente, terrorífico y privativo como el padre de la horda primitiva.

1.3. El Otro y el otro

Es en 1955 que Lacan empieza a establecer una distinción entre el gran Otro (A) y el pequeño otro (a). En cuanto al primero, refiere que se encuentra en el orden de la ley y el lenguaje, está inscrito en lo simbólico, y es aquello que se encuentra lejos de lo consciente, además es de carácter trascendente para el sujeto, ya que se encuentra íntimamente relacionado con el Otro debido a que desde un inicio se encuentra capturado por este orden que es “radicalmente anterior y exterior a él, del que depende aun cuando pretende dominarlo” (Chemama & Vandermersch, 2010, pág. 488).

Además, es dentro o gracias al Otro del lenguaje que se distinguen las generaciones, los sexos y las relaciones de parentesco, y donde además el sujeto va a intentar situarse, pretendiendo siempre reiniciar, ya que ningún significante es suficiente para definirlo, es por esto se mantiene intentando y acepta por medio del chiste, aquellas expresiones del pensamiento que le podrían resultar obscenas, absurdas o agresivas. Además este Otro del lenguaje se encuentra estrechamente articulado con el Otro de la ley, y desde el inicio del sujeto operan por medio del significante Nombre del Padre, como aquel que hace que se efectúe la ley, al respecto Lacan menciona que: “el significante que en el Otro en tanto lugar del significante es el significante del Otro en tanto lugar de la ley” (Chemama & Vandermersch, 2010, pág. 489).

En primera instancia para el niño, la madre es quien representa al Otro, está en ese lugar. Como se mencionó anteriormente es gracias al complejo de Edipo que el sujeto logra evidenciar y reconocer la falta en ella, lo que conlleva a que éste asuma su propia falta, dando cuenta que el Otro completo es mítico, no existe, por tanto este Otro se encuentra barrado, tachado (\bar{A}), al igual que el sujeto, ambos están en falta (Evans, 1997). Además “el Otro debe considerarse un lugar, el lugar en el que está constituida la palabra” (Evans, 1997, pág. 143).

Por otro lado, el pequeño otro, se encuentra inscrito en el orden de lo imaginario, ya que hace referencia a lo semejante, la imagen especular, a la proyección que el sujeto hace en el otro, es al mismo tiempo la imagen en el espejo y el otro semejante (Chemama & Vandermersch, 2010).

1.4. Narcisismo

Aquí el muchacho, del esfuerzo de cazar cansado y del calor, se postró, por la belleza del lugar y por el manantial llevado, y mientras su sed sedar desea, sed otra le creció, y mientras bebe, al verla, arrebatado por la imagen de su hermosura, una esperanza sin cuerpo ama: cuerpo cree ser lo que onda es. Quedase suspendido él de sí mismo y, inmóvil con el rostro mismo, queda prendido, como de pario mármol formada una estatua (Ovidio, 2011, pág. 68).

Para el psicoanálisis, el narcisismo es uno de los conceptos teóricos básicos. El término narcisismo, proviene del relato mitológico de Narciso, un hombre que se atribuye cualidades bellísimas y está enamorado de sí mismo en su reflejo. Esta metáfora ayuda a comprender el amor que dirige el sujeto hacia sí mismo, tomándose como objeto.

Inicialmente, en la psiquiatría se usaba el término para describir el amor excesivo hacia uno mismo. Posteriormente y desde el psicoanálisis, Freud (1992) comienza a hablar de este término en “Introducción al Narcisismo” donde lo define como la actitud de tomar al cuerpo propio otorgándole un significado sexual, por ejemplo, tratarlo como si fuese el cuerpo de un objeto sexual; siendo así un estadio intermedio entre el autoerotismo y el amor de objeto (Freud, 1992, pág. 67).

“Freud hace del narcisismo una forma de investidura pulsional necesaria para la vida subjetiva, es decir, ya no algo patológico sino, por el contrario, un dato estructural del sujeto” (Chemama & Vandermersch, 2010, pág. 438). Es decir, el narcisismo ya no se presentaba únicamente en las perversiones como se creía anteriormente, sino que en futuras teorizaciones se determina que es un punto clave en el proceso de estructuración psíquica.

En el desarrollo del ser humano existe una etapa en la que se espera que la conducta narcisista aparezca como parte del proceso de estructuración normal del yo; Freud (1992) conceptualiza así el narcisismo primario, donde el objeto sexual (amor de objeto) se refiere a la unidad del yo, que aún no se ha estructurado, sino que permanece en una satisfacción auto erógena parcial. El narcisismo secundario surge después, en el momento en el que el infante sufre su primera herida narcisista y quiere recuperar el amor perdido cumpliendo con las exigencias del ideal del yo. Pensando al ideal del yo

como construcción proveniente desde el narcisismo primario y la identificación con las insignias del padre. En esta instancia, la libido sustraída del mundo exterior se conduce al yo, y así surge lo que podemos llamar narcisismo (Freud, 1992, pág. 68).

El *infans* – el bebé que no habla, que todavía no accede al lenguaje- no tiene una imagen unificada de su cuerpo, no hace bien la distinción entre él y el exterior, no tiene noción del yo ni del objeto. Es decir, no tiene todavía una identidad constituida, no es todavía un sujeto verdadero. Las primeras investiduras pulsionales que ocurren entonces, durante esta especie de tiempo cero, son por lo tanto en sentido propio las del autoerotismo, en tanto esta terminología deja justamente entender que hay ausencia de un verdadero sujeto (Chemama & Vandermersch, 2010, pág. 439).

Mientras el bebé no haya atravesado el proceso mencionado, no se puede hablar de un sujeto verdadero. Las concepciones lacanianas del narcisismo se presentan en torno al proceso de estructuración del sujeto y la construcción del yo, también está estrechamente relacionado al concepto que se explicará posteriormente, el estadio del espejo, y a la identificación que procede al narcisismo primario. (Lacan J. ,1986) realiza su teorización ligando el yo freudiano al narcisismo, en función de la Imago, y a la identificación como transformadora del yo.

El autoerotismo está presente en función del placer que causa verse a sí mismo frente al espejo. La Imagen especular, que le da al niño la ilusión triunfante de dominar su cuerpo en el estadio del espejo, está compuesta por un autoerotismo no sexual en el que el placer se encuentra al ver el deseo del otro o ser el deseo del otro. Esto permitirá que el sujeto pueda establecer relaciones con los otros; el sujeto desea el deseo del otro, deseo que resulta ser su propio deseo (Nasio, 2016).

1.5. Estadio del espejo

La teorización del estadio del espejo fue realizada por Lacan (2009) en base a la observación del “retoño humano” de entre seis y dieciocho meses. Se observó la fascinación que el *infans* presentaba frente al espejo, especialmente cuando lo asume jubilosamente como su propia imagen, esta es una característica única del sujeto en

formación. Para Lacan (2009), es el estadio del espejo el momento en el que el yo se formará, no antes, cuando el *infans* se estructura subjetivamente respecto del placer / displacer de sus demandas. El sujeto se constituye, dice, en función de la mirada de reconocimiento del Otro, cuando el sujeto finalmente pueda identificarse como un todo unificado.

Lacan (2009) cita un experimento de psicología comparada, en el cual se coloca un mono frente a un espejo, se inquieta, pero prontamente pierde interés en su reflejo; en el ser humano sucede algo similar, con la diferencia de que el niño muestra júbilo y fascinación frente a su imagen. En este punto, la función materna cumple un rol muy importante al destacar que efectivamente es el niño quien se está reflejando, es un rebote de su propia imagen, afirmada por otro: la madre. La palabra de este Otro es incorporada por el niño como lo simbólico de la imagen, provocando que se entienda al cuerpo como una totalidad unificada. Al mismo tiempo, se evidencia en el reflejo, la producción de un placer, un goce respecto de la imagen que está contribuyendo a la formación del Yo, ya que, como Lacan dice, es lo más íntimo que un ser humano tiene.

El sujeto es efecto de la obra del lenguaje; como tal está anticipado en el discurso parental. Lo que se desarrolla es la capacidad del niño de apropiarse de estas instancias y, consecuentemente, del uso de los sistemas simbólicos que organizan sus relaciones de objeto en el campo fantasmático y, por efecto de éste, en el campo de la realidad (Jerusalinsky, 1995, p.32).

En las formulaciones lacanianas, el yo surge a base de la identificación con una imagen externa, imaginaria, que vienen desde el Otro. El Otro, generalmente la madre, afirma y valida por medio del lenguaje al niño. El bebé humano no opera por automatismos biológicos ni por efectos externos, sino que se organiza por las marcas simbólicas que lo atraviesan. Será el Otro quien diariamente le otorgará el reconocimiento como sujeto, hasta que estas significaciones sean incorporadas por el *infans*. “Para hablar, tuvo primeramente que haber sido hablado; para desear, él mismo tuvo que ser deseado por otro” (Soto, 2005)

El yo, necesita lidiar con las identificaciones que el Otro le ha dirigido (hacia sí), para poder emerger como sujeto del deseo. Cuanto más grande es el yo, más lejos está de surgir el sujeto del deseo. Para que haya deseo debe haber una falta, un agujero

presente en todo sujeto; el yo, en su carácter de imaginario, intenta atrapar esta falta estructural para que el yo encuentre su equilibrio.

Partiendo del concepto de narcisismo, explicado anteriormente, se dice que la imagen, al ser parte de la formación del yo, proviene de un otro que permite la identificación con los que son propios de su especie, hechos que se inscriben en un orden de identificación homeomórfica. A partir de una Gestalt, el organismo se irá conformando como cuerpo, como un ser desfragmentado inmerso en una cultura. Esta, actúa como Otro formador de la identificación del *infans*, como un imago que proviene desde el Otro y que lo asume como propio, complementando así su madurez.

“La función del estadio del espejo se nos revela entonces como un caso particular de la función de la imago, que es establecer, una relación del organismo con su realidad o, como se ha dicho, *Innenwelt* con el *Umwelt*” (Lacan J., 2009).

Es importante mencionar que para que todo este proceso se desarrolle, la función paterna o nombre del padre como Lacan lo llama, permitirá que la madre exprese su deseo en función del falo o de lo que le hace falta, y así podrá amarlo aun viéndolo indefenso; este proceso se denomina como identificación primaria, y es un pilar sobre el cual se sostendrán las futuras identificaciones del yo.

Lacan (2009) expresa también que no hay un instinto materno, como se creería en algunas psicologías, sino que es una ecuación del deseo materno en su Edipo sepultado. El *infans* está capturado por el deseo de la madre, esto es lo que lo trae a la vida, a la cultura y lo que lo irá construyendo y formando.

Dado que el yo como imagen se forma a partir de un Otro, se puede decir que no hay nada natural, no existe un cuerpo apenas se nace, sino que se construye a partir del Otro primordial. En la clínica, se puede evidenciar que cada analizante tiene un cuerpo, que en ocasiones se convierte en metáfora del sufrimiento, como sería el caso de la histeria; el afecto está definitivamente, anclado en el cuerpo, todo esto gracias a la inscripción en la cultura que el Otro nos ha enseñado.

Finalmente, podemos sintetizar lo teorizado con el análisis que se realiza sobre el cogito de Descartes en “El discurso del método” (2007), “Pienso, luego existo”. Lacan (1964) la modifica diciendo: “En donde pienso, no soy y ahí donde soy, no pienso”, refiriéndose así al sujeto que se identifica con un yo imaginario (*moi*), y

provocando que todo lo que hace que un sujeto sea sujeto, esté en términos de conciencia. Ahí donde el inconsciente se manifiesta es donde existimos.

1.6. Constitución del sujeto en función de los tres registros RSI

El desarrollo psíquico de un sujeto está determinado por su construcción subjetiva, misma que se compone de tres instancias anudadas entre sí: lo imaginario, lo simbólico y lo real; este anudamiento se explica por un diagrama llamado nudo borromeo, donde el des anudamiento de cualquiera de los tres provoca el des anudamiento de los otros dos. “Lo fundamental es que la forma en que se anudan, en que se relacionan entre sí los 3 órdenes en el nudo borromeo, es para Lacan al final de su experiencia la estructura misma” (Rabinovich, 1995). Lo imaginario y lo simbólico son instrumentos de trabajo indispensables para que la posición del analista siga la dirección de la cura, pero, por otra parte, lo real debe registrarse en el orden de lo imposible (Chemama & Vandermersch, 2010, pág. 628).

A continuación, se explicará cada uno de los tres registros.

La primera instancia a describir es lo imaginario, instancia que procede de la constitución de la imagen y del cuerpo. Este término fue empleado por primera vez como sustantivo por Lacan en 1936, en el intento por describir una relación dual entre el yo y la imagen especular, pero este escrito no fue publicado. El hombre no tiene acceso directo a su propio deseo, sino que conoce de él gracias al registro imaginario expresado por el otro.

Lo imaginario tiene efectos en lo real, y no es algo que se pueda descartar o “superar” (Evans, 1997). En el estado del espejo, hemos evidenciado que el imaginario tiene un papel relevante en la constitución del yo, debido a que el *infans* parte de la identificación con el otro desde una imagen alienante, que remite a un significante. Se puede decir que lo imaginario está estructurado por el orden simbólico, para lo cual Lacan formula en referencia a las relaciones en el espacio imaginario, que implicará una estructuración simbólica de ese espacio. El orden simbólico adquiere, por lo tanto, una significación universal proveniente de un universo de símbolos; es decir, es

absolutamente imposible especular lo que precedió si no es mediante símbolos. Es motivo de crítica para Lacan el hecho de que el psicoanálisis de su época haya dejado de lado lo simbólico, centrando todo en lo imaginario. Solamente trabajando en lo simbólico, el analista podría producir cambios en la posición subjetiva del analizante, que como se ha visto, también tendrá consecuencias en lo imaginario.

Lo imaginario envuelve también una dimensión lingüística. Mientras que el significante es la base del orden simbólico, el significado y la significación forman parte del orden imaginario. De modo que el lenguaje tiene aspectos simbólicos y también imaginarios; en su aspecto imaginario, el lenguaje es “el muro del lenguaje” que invierte y distorsiona el discurso del Otro (Evans, 1997, pág. 109).

Por otra parte, lo simbólico, que se encuentra asociado a la lógica simbólica y a las ecuaciones empleadas en la física matemática, será descrito por Lacan como adjetivo en 1936, y no es sino hasta 1948 cuando se dice que los síntomas tienen un sentido simbólico. Progresivamente, Lacan determinará que este término será esencial para el psicoanálisis, y mucho más para la dimensión lingüística. Es decir, todo aspecto en relación al psicoanálisis que tenga estructura lingüística, pertenece al orden simbólico. Lacan designa lo simbólico como el Otro, debido a que es su discurso lo inconsciente. Sin el registro de lo simbólico, no existirían rastros intencionales del pasaje del hombre por el mundo, porque es el Otro, mediante su expresión lingüística, quien da cuenta de esta evidencia simbólica.

Mientras que lo imaginario se caracteriza por relaciones duales, lo característico de lo simbólico son estructuras triádicas, porque la relación intersubjetiva es siempre “mediada” por un tercer término, el gran Otro. El orden simbólico es también el reino de la muerte, de la ausencia y de la falta. Lo simbólico es tanto el principio de placer que regula la distancia a la Cosa, como la pulsión de muerte, que va “más allá del principio de placer” por medio de la repetición (Evans, 1997, pág. 179).

Este registro se caracteriza por su complejidad. Desde que un bebé humano llega al mundo se constituye a partir del lenguaje, mismo que lo preexiste, forjando así una estructura que soportará el discurso de Otro. Posteriormente ocupará primitivamente el lugar de objeto, hecho que destaca gracias a la falta en el desamparo, y así se

evidenciará el valor del futuro del deseo, del ideal y del superyó. “El Otro es cernido como lugar, y se considera que tiene en su poder las claves de todas las significaciones inaccesibles al sujeto, lo que confiere a la palabra su alcance simbólico, y confiere al Otro su oscura autoridad” (Chemama & Vandermersch, 2010, pág. 629).

Finalmente, describiremos a lo real como sustantivo utilizado por Lacan desde 1936, en contraposición a la realidad; lo real no es la realidad. A pesar de que antiguamente este término se difundía entre los filósofos para explicar un absoluto ontológico o una verdadera cosa en sí, la palabra sufre varias modificaciones a lo largo de la obra de Lacan. En un inicio, lo real aparecerá como aquello que se opone a la imagen, sin embargo, existe una ambigüedad al momento de describir “lo verdadero”. En 1953, Lacan toma lo real como uno de los tres órdenes que describen los fenómenos psicoanalíticos, de modo que lo real se convierte en algo que va más allá de lo simbólico (Evans, 1997).

Lacan usualmente ejemplifica lo real en relación a los astros al hacerse presente sin que lo simbólico los afecte; metáfora que lleva a comprender que aquellos siempre retornan al mismo lugar, refiriéndose así a lo real como una estructura dinámica que tiende a la repetición. Lo que no se mueve, por otra parte, remitirá al concepto freudiano de la fijación; ambos términos se encuentran, por lo tanto, en estrecha relación. “El fin primero y más inmediato del examen de realidad no es hallar en la percepción real un objeto que corresponda a lo representado, sino reencontrarlo, convencerse de que todavía está allí” (Freud, 1992, pág. 9). El sujeto debe reencontrar su objeto, lo cual no sucede, y eso es justamente en lo que consiste el principio de realidad.

En la clínica, lo real se relaciona al síntoma, mismo que tiene cierta temporalidad cíclica, que en el inconsciente son ciclos determinados por el azar, y se repiten. Lo real, como imposible, define algo propio del sujeto; el síntoma viene de lo real. “El campo de la realidad, que es el del fantasma, es el campo donde “todo es posible”, porque no sucede” (Lombardi, 2000). Es por esto que, en el análisis, el síntoma se muestra enmascarado de lo que el sujeto podría interpretar como imposibilidad, lo cual apunta a consumir una verdadera repetición.

Si se hablase de pulsión, se hablaría de los simbólico, imaginario y real. Es incorrecto creer que la pulsión se refiere a uno solo de los tres órdenes presentados. A lo largo de la obra de Lacan, se evidencia su esfuerzo por lograr un equilibrio entre los tres

órdenes, precisando especialmente los distintos conceptos que dio a lo real. Respecto a lo dicho, Lacan mencionó en el seminario de Caracas (1953, pág. 15): mis tres no son el Ello, Yo y Superyó, como en Freud, sino lo Simbólico, lo Imaginario y lo Real; posteriormente en dicho seminario, Lacan explica el nudo borromeo, en donde se anudan los tres registros poniendo en evidencia su función.

1.7. El Goce

El goce [*jouissance*], es un término acuñado en 1958 por Lacan. En su texto el seminario 20 (1972-1973) menciona que el goce es una instancia negativa, es lo que no sirve para nada, lo relaciona al campo del derecho y es explicado por medio de la palabra usufructo, citándolo:

El usufructo quiere decir que se puede gozar de sus medios, pero que no hay que despilfarrarlos. Cuando se tiene el usufructo de una herencia, se puede gozar de ella a condición de no usarla demasiado. Allí reside la esencia del derecho: repartir, distribuir, retribuir, lo que toca al goce (Lacan J. , 2010, pág. 11).

Esto quiere decir que el sujeto goza, pero no lo hace desmedidamente, ya que “el goce no es tolerable sino en la medida en que puede ser en una cierta medida temperado, o velado al sujeto” (Thibierge, 2018, pág. 10), por lo tanto se tiene que distribuir, dosificar, a eso se refiere Lacan al decir no demasiado goce, ya que es un exceso intolerable de placer para el sujeto porque “se encuentra en el orden de la tensión, del forzamiento, del gasto e incluso de la hazaña” (Hopen, 2018, pág. 20), por lo tanto causa dolor y sufrimiento, oponiéndose entonces al placer, que se encarga de disminuir “las tensiones del aparato psíquico al nivel mínimo” (Chemama & Vandermersch, 2010, pág. 291).

Además, Lacan articula una segunda clínica, a la que llama *la clínica del goce*, (Torres M. , 2014) que hace referencia a que el inconsciente cumple un papel fundamental ya que “designa en efecto esa toma del lenguaje sobre el cuerpo, y es el lazo del inconsciente con el cuerpo al que indica el término de *goce*” (Thibierge, 2018, pág. 9), además de que el cuerpo es el que se encargará de establecer un límite para ese goce, siendo un efecto importante de la castración.

Como Stéphane Thibierge menciona en el artículo: “Sobre algunos aspectos contemporáneos del cuerpo y del goce”:

Es el cuerpo lo que da al goce su soporte concreto, como sus límites reales: es siempre un cuerpo que goza, y no goza sino en la medida que puede soportarlo en los límites en los que conserva su existencia. Más allá de ello, el cuerpo se deshace: el exceso de goce se convierte en imposibilidad real, y llevado al extremo, se une a la muerte (Thibierge, 2018, pág. 8).

Entre los tipos de goce que Lacan plantea, se encuentra el goce sexual, al cual lo explica tomando el mito expuesto en Totem y Tabú, en el que el padre de la horda primitiva es quien tiene una libertad de goce sexual, porque es libre de gozar de todas las mujeres, ya que obliga a sus hijos a la abstinencia. Este mito representa la ilusión neurótica de “gozar de modo perverso, sin pagar ninguno de los precios que tal posición conlleva intrínsecamente” (Milmaniene, 1995, pág. 21), en ese sentido el goce absoluto no existe, sino que este es anterior al complejo de Edipo un tiempo en que el goce es absoluto ya que no se ha establecido todavía la interdicción de la ley, siendo el cuerpo, en principio un yacimiento ilimitado del goce, que va siendo progresivamente vaciado de esa sustancia que transhumaba por sus poros, pero por el efecto de la castración, en el cual la Ley impone límites y pérdidas de goce, así que del goce del ser o goce sexual se habrá pasado al goce fálico, sin embargo todavía queda un punto de articulación entre ambos como menciona Braunstein (2013), queda una “bisagra” que es el inconsciente y “puede vérselo en su doble función: primero, la de permitir que el goce sea posible y, segundo, la de condenarlo a ser imposible al obligarlo a aceptar la Ley que ordena la conversión de lo real a lo simbólico y que induce efectos imaginarios” (Braunstein N. , 2013, pág. 106).

En cuanto al goce fálico, Hopen (2018) en su artículo “El goce y sus estragos”, menciona que el goce es, fundamentalmente, goce fálico, existe a causa del significante y es por este que está limitado; ya que el lenguaje es lo que funciona como barrera a un goce que no existiría sin él. Braunstein al respecto menciona que: “el inconsciente es un trabajo cuya materia prima es goce y su producto es discurso” (Braunstein N. , 2013, pág. 42). Además “está del lado de la Cosa, como decía Lacan con precisión, pero la Cosa no se alcanza sino es apartándose de la cadena significante y, por lo tanto, reconociendo una cierta relación a ella”. (Braunstein N. , 2013, pág. 53), en este goce es en el que nos vamos a enfocar en la presente investigación.

Y ¿qué es la Cosa?, en primera instancia la Cosa es lo que queda en el sujeto como huella de lo que ya nunca habrá, es lo que en un momento primario “llenó” al infans porque no reconocía su falta, ni la falta en el Otro, antes de encontrarse inscrito en el orden del lenguaje por medio de la operación del significante y que como resultado del complejo de Edipo el sujeto entra en el orden de lo simbólico. Por esta operación la Cosa es exiliada y “porque la Cosa falta es que los objetos del mundo aparecen y se multiplican, que los seres hablantes, por la vía del lenguaje, se dan al mundo y entran en el mercado del goce con el Otro” (Braunstein N. , 2013, pág. 82), es decir “los objetos, todos, son derivados de la pérdida, sus sucedáneos, sus representantes fantasmáticos” (Braunstein N. , 2013, pág. 82) de los cuales el sujeto se va a servir para crear una ilusión de completud.

Ahora se lo podrá alcanzar (al goce), sí, pero pasando por el rodeo del narcisismo, por el campo de las imágenes y de las palabras, como un goce lenguajero, puesto fuera del cuerpo, sometido a los imperativos y a las aspiraciones del ideal del yo que lo comandan con falsas promesas de recuperación (Braunstein N. , 2013, pág. 59).

Por otro lado el goce femenino, es un goce distinto, desconocido por los hombres e indecible por las mujeres. En el seminario 20 (1972-1973), Lacan se refiere al goce femenino como goce suplementario, es en el que funda aquella sentencia de que no hay relación sexual, esto quiere decir que no hay complementariedad entre los goces femenino y masculino, que el goce fálico y el goce Otro de la mujer no están hechos el uno para el otro, a esto se debe el desencuentro existente entre hombres y mujer. Esto no quiere decir que el goce femenino es exclusivo de las mujeres ya que hay muchos hombres que gozan femeninamente.

Además la repetición cumple un papel fundamental, el sujeto experimenta la insistencia del goce a través de las formaciones del inconsciente, como Braunstein en su texto: El goce, un concepto lacaniano menciona: “En el principio era el Goce, pero de ese goce no se sabe sino a partir de que se lo ha perdido. Porque está perdido es. Y porque el goce es lo real, lo imposible, es que se lo busca por los caminos de la repetición” (Braunstein N. , 2013, pág. 41).

Es en relación a lo mencionado con anterioridad que se podría decir como hipótesis de la presente disertación, que existe cierta relación entre aquel que no puede

despegarse de las redes sociales virtuales y el goce. El sujeto no daría cuenta más que por el malestar que le ocasiona, ya que “un sujeto no puede soportar el goce sino en la medida en que se mantiene más o menos silencioso, es decir que es regularmente reprimido y desconocido como tal (Thibierge, 2018, pág. 10).

Es en este momento que se abre la interrogante de la presente disertación ¿cómo se manifiesta el goce, en cada sujeto en específico que usa a las redes sociales virtuales? ¿Sería posible diferenciarlo y deducirlo por medio de algún ícono o neologismo? Si sería así, en el transcurso de las entrevistas a realizar ¿se lograría seleccionar partes del discurso que hagan referencia al malestar en el sujeto y la repetición que ocasiona el goce?

Capítulo 2: Conceptos desde la informática

Al ser esta tesis producto de una investigación interdisciplinaria que incluía la sociología y la informática, se revisarán nociones fundamentales de las dos disciplinas. El presente capítulo abarca conceptos específicos de la informática, pero también se explica la relación que se tiene con el aspecto sociológico. Se ha descrito la manera en la que los sistemas han influenciado a la sociedad y al sujeto contemporáneo, así como los aspectos generales que se debe entender respecto a la informática.

2.1. Lo virtual

El diccionario de la lengua española (ASALE, 2014) define lo virtual como todo aquello que tiene virtud para producir un efecto, aunque no lo produce de presente. Menciona que frecuentemente este término se encuentra en oposición a lo real, a lo efectivo, que es implícito o tácito, incluso que tiene existencia aparente y no real. Es importante que antes de abordar el sentido de lo virtual para las ciencias informáticas, revisemos las acepciones de lo virtual desde la filosofía:

Lévy (1999), filósofo y escritor, considera que la palabra virtual proviene del latín *medieval virtuales*, que a su vez deriva de *virtus*: fuerza o potencia. En la filosofía escolástica, lo virtual existe en potencia, pero no es un acto; no se opone a lo real, sino a lo actual como creación dinámica para solucionar un problema, abriendo horizontes de sentido bajo la superficie de la presencia física. Lévy (1999) define la virtualización como el movimiento inverso a la actualización, como transformación de la identidad por la búsqueda de la esencia de un nuevo campo específico y problemático, en referencia a las futuras nuevas tecnologías. Lo define como un modo particular de ser, un proceso de transformación de un modo a otro de ser. Lo virtual se vuelve imperceptible, es lo que “no está ahí”, carece de lugar geográfico y no se puede situar con precisión, sus elementos son dispersos. Por ejemplo, ¿En dónde ocurre una llamada telefónica?

Michel Serres (1995), filósofo e historiador francés, explica lo virtual como lo “fuera de ahí”. “La imaginación, la memoria, el conocimiento y la religión son vectores de virtualización que nos han hecho abandonar el «ahí» mucho antes que la informatización y las redes digitales” (Lévy, 1997). Se abre entonces el debate sobre la

filosofía heideggeriana del “ser ahí”, (*dasein* en alemán), que significa existencia humana, ser un ser humano; pero, no ser de ningún “ahí” implica un espacio inasignable. La palabra existir, por otra parte, proviene del latín *sistere* o estar situado, y el prefijo “ex”, fuera de. Existir implica estar ahí o salir de.

Esposito (1995), socióloga experta en ficción, algoritmos y probabilidades entre otras cosas, desarrolla la idea de una paradoja representada por el hablar de una realidad no real, que existe en un hiperespacio, es decir, una realidad que no es independiente de la computadora y la interacción con el usuario. Hiper y virtual, se refieren al espacio de percepción, elaboración y manipulación que crea la máquina virtualizadora. Por lo tanto, hablar de virtualidad implica referirse a actividades que serían imposibles de realizar sin ayuda de un ordenador, como procesar textos, realizar cierto tipo de cálculos, etc.

Adelantado un poco a su tiempo, Lévy (1997) se refiere a la cultura, conformada por elementos de carácter simbólico, como un elemento que posee técnicas con sus artefactos, conexiones y dispositivos electrónicos, mismos que están contribuyendo a generar el crecimiento del llamado *ciberespacio*.

“...la actitud general frente al progreso de las nuevas tecnologías, en la virtualización en curso de la información y de la comunicación, y la mutación global de la civilización que resulta de ello” (Lévy, 1997, pág 1.).

La cibernética y la informática construyen espacios llamados virtuales, en el sentido de que son abstractos, pero a su vez, están localizados en servidores u ordenadores que ocupan un espacio físico o concreto en distintos lugares del mundo como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Panamá y Estados Unidos, que es por donde circulan sus redes, construidas en forma de anillo de fibra óptica. Natalia Zuazo (2015) explica en “Guerras de Internet” cómo llegaron los servidores de fibra óptica a Argentina y la lucha económica que este proceso implicó. Cuenta, que los dueños materiales del internet se pueden dividir en dos grandes grupos: los proveedores de tránsito, o proveedores de material como tubos, cables, fibra óptica entre otros insumos de comunicación, son los mismos dueños de las compañías telefónicas que ya conocían de telecomunicaciones, por lo tanto pudieron privatizar el servicio y a su vez seguir expandiéndolo. Por otra parte, los proveedores de contenidos, que son empresas

que la mayor parte del mundo conoce, o “celebridades de la tecnología” como los define Zuazo (2015, pág, 52).

Hoy en día, el internet se sostiene gracias a la publicidad, a los ingresos que se reciben gracias al contenido que los usuarios pagan por ver de plataformas de empresas como Youtube, Netflix, Facebook, entre otras. Esto ha provocado un fenómeno mundial, y hablaremos de esto más profundamente en el capítulo 4: la atemporalidad en la red.

La virtualización escapa a la noción clásica del tiempo. Las redes sociales electrónicas, transmisiones en vivo, entre otros ejemplos, fomentan que la acción de la virtualidad no se dé continuamente, sino que sustituye el tiempo y parece reemplazar un lugar físico por uno virtual. Lo virtual no es imaginario, sino que se da en condiciones distintas a las de la realidad, y produce efectos en sus usuarios. La comunicación, por ejemplo, se virtualiza por una convención común entre los usuarios; una comunidad se organiza en base a un sistema que es de interés para todos, pero está “fuera de ahí” (Chica, 2009).

Lévy (1999) define este fenómeno como “efecto Moebius”, en el cual la mezcla de espacios y tiempos es una realidad común. El espacio privado se convierte en público y viceversa. A pesar de que en su época Lévy se refería a las nuevas tecnologías como la aparición del teléfono, el computador y el internet, este concepto es cada día más visible, especialmente en los usuarios de redes sociales electrónicas.

Como sabemos, los ordenadores se encuentran compuestos por dos instancias. El *hardware*, son todos aquellos componentes físicos y tangibles que permiten sostener un sistema, por ejemplo, el CPU, el teclado, la tarjeta de memoria, etc. El *software* por otra parte, son las especificaciones técnicas que necesita un ordenador para funcionar, no existen físicamente, sino que son un conjunto de algoritmos que permiten programar funciones específicas, por ejemplo, un sistema operativo o una aplicación de celular.

Actualmente, existe un movimiento llamado “*software* libre” que lo defiende como un espacio en el que el usuario puede mantener sus derechos dentro de la red (Hernández, et.al. 2014). Por ejemplo, existen sistemas operativos con costos elevados, en *software* libre se puede mejorar el funcionamiento de un programa, se trabaja en modo colmena para que dicho programa se encuentre habilitado para que todos los usuarios tengan acceso a usarlo. Ya que hemos mencionado los derechos del usuario, es pertinente explicar que aún no existen regulaciones y leyes que regulen absolutamente todas las actividades que se pueden realizar en internet, siendo esto un agravante al

momento de aplicar leyes de la misma manera en la que lo hacemos en la sociedad actual; las leyes del espacio cibernético se limitan a lo que el software permita hacer. Desde esta lógica se destaca la importancia del software libre.

Aun así, los usuarios, acostumbrados a acatar normas de una manera muy diferente, piensan la virtualidad como un “sin normas”, un lugar en donde no existe una ley que lo regule, con ciertas excepciones en algunas redes sociales; por lo tanto, es posible que se cargue a la red, cierto tipo de contenido que no puede ser entendible o aceptable dentro de la realidad. Por ejemplo, *cyber-bullying*, cyber-acoso, extorsión, entre otras problemáticas.

Chica (2009) menciona tres virtualizaciones características del ser humano: el lenguaje, la técnica y el contrato. El lenguaje, dice, es el mecanismo que permite dar lugar al espacio virtual del tiempo, permitiendo hablar de presente, pasado y futuro. De este modo, Lévy afirmará que “el tiempo como extensión completa solo existe virtualmente” (1999). Con el apareamiento de las tecnologías mencionadas, el ser humano se somete al aprendizaje de nuevas habilidades y competencias que permitan desarrollar un pensamiento capaz de adquirir rápidamente técnicas adaptativas para su control.

En los últimos años, la industrialización ha fomentado el uso de la maquinaria para tareas desde las más sencillas hasta las más complicadas; por ejemplo, el computador es ahora el ítem predilecto para el aprendizaje, es decir, se menosprecia los otros mecanismos de instrucción como la escritura; de este modo, se evidencia el impacto que la tecnología ha adquirido en la vida cotidiana de los seres humanos.

En la medida que la tecnología avanza va posibilitando sustituir más procesos naturales, agrarios, artesanos, industriales o empresariales, haciendo crecer el control de la vida. El control de la tecnología en tanto núcleo de conducción epistémica y praxeológica de una supuesta poshistoria, constituye el locus de aquella acción orientada al éxito individual. La tecnología es base de sustentación del incremento de la hipercompetencia y de globalización (Saxe, 1999, pág 42).

El término virtual, como hemos explicado anteriormente, implica actualmente una combinación con la realidad, formando la expresión de “realidad virtual”. Con ella, García (2002) se refiere a la manipulación de los sentidos humanos en un entorno sintetizado por un ordenador, en el que uno o varios participantes interactúan con la computadora generando una experiencia “natural” en un medio artificial. Esto se debe a

los estímulos sensoriales que operan desde una máquina que determina lo que sucederá con el usuario.

Es importante evaluar también el impacto de la virtualización en el cuerpo del sujeto contemporáneo. Ya que mencionamos la sustitución de procesos naturales por máquinas, podríamos analizar a quienes ahora se denominan “super-hombres”. Hoy en día, no es nada raro encontrar personas con injertos o prótesis que combinan el cuerpo con medios de sustitución de partes con mejoras notables para la calidad de vida para las personas. El cuerpo es completamente susceptible de ser modificado por medio de la alimentación, la cirugía plástica, etc. Se altera el metabolismo por medio de fármacos, drogas o agentes psicológicos. Se modifican funciones somáticas como la ansiedad o efectos del humor por medio de bioquímica industrial o procesos psíquicos. Las biotecnologías provocan la consideración de distintas especies botánicas o zoológicas como casos particulares de experimentación. (Lévy,1997). En fin, se podría describir una variedad de ciencias que tienen como fin la perpetuidad de la especie. Es por eso que hoy en día, la virtualidad ha alcanzado un mecanismo inigualable en el que se puede combinar especies vivientes con lo inexplorado de la tecnología, y aparentemente no existe un límite respecto a la investigación y descubrimientos al respecto.

2.1.1. Realidad virtual

Se ha puesto muy de moda hablar sobre realidad virtual y realidad aumentada en estos días; a pesar de que sean similares, son cosas completamente diferentes si hablamos desde la informática. La realidad virtual, es la tecnología que desarrolla un mundo muy distinto al que conocemos, el usuario puede adentrarse en él con un dispositivo que se encuentre programado específicamente para la función que desee cumplir, por ejemplo unas gafas con giroscopio que permite una visión de 360° en la realidad virtual, misma que recrea un espacio ficticio creado a partir de cero, de tal modo que el usuario solamente girará la cabeza para poder visualizar la programación que se encuentra convertida en imágenes a su alrededor, o incluso podrá desplazarse a través del lugar.

La realidad aumentada por otra parte, es la tecnología desarrollada para permitir la interacción de los usuarios con ciertos objetos diseñados sobre la realidad física, mismos que se reproducen en un dispositivo específico de forma tridimensional. El objetivo de la realidad aumentada es distorsionar la percepción que los sentidos tienen

del mundo, y aprovecharlos a su favor para hacer creer a los usuarios que ven y sienten cosas que en realidad no existen (Wwwhatsnew, 2015)

Volviendo al tema de la realidad virtual, es necesario tener a disposición un visor de realidad virtual. Usualmente los binoculares tienen forma de casco y una parte cubre los ojos con un soporte en donde se puede adaptar una pantalla de reproducción para las distintas plataformas que ofrecen estos servicios, también hay marcas que venden los soportes hechos de cartón; la importancia que este artilugio adquiere, es la función que cumple al dividir el campo visual para que se pueda experimentar los efectos del video o juego en cuestión de una mejor manera. Los estímulos sensoriales que el usuario percibirá, dependen del movimiento que realice la persona junto con el dispositivo que use, por lo tanto, es probable que cada individuo perciba los estímulos como únicos, y que ninguna de las experiencias con realidad virtual sea igual a otra.

2.2. El auge del internet

2.2.1. Definiciones

Para comprender la evolución del internet a lo largo de los años, es importante tener en claro los siguientes conceptos clave que se explicarán a continuación:

Algoritmo: Conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema (ASALE, 2014). Los algoritmos no necesariamente están asociados al campo numérico, sino que pueden ser una serie de reglas o instrucciones que se establecieron para que se pueda llegar a una solución por medio de una determinada sucesión de pasos.

Aplicación: Programa preparado para una utilización específica, como el pago de nóminas, el tratamiento de textos, etc. (ASALE, 2014). Actualmente, una aplicación es una plataforma por medio de la cual el usuario puede realizar diversas tareas como acceder a redes sociales, tiendas en línea, pagos, y un sin número de cosas. Las aplicaciones han automatizado procesos complicados, permitiendo al usuario interactuar con el entorno en el menor tiempo posible.

Internet: Es la estructura artificial más grande y compleja creada por la humanidad. El internet se puede dividir en dos vocablos: inter – net, es decir, una red compuesta por

computadoras u ordenadores conectados entre sí, que transmiten información entre ellos (Zuazo, 2015). El concepto de red puede definirse desde la informática como "conjunto de nodos interconectados". Un nodo es el punto en el que una curva se interseca consigo misma. Lo que un nodo es concretamente, depende del tipo de redes a que nos refiramos" (Castells, 1997).

Sistema operativo: Un sistema operativo es un programa que controla la ejecución de los programas de aplicación y que actúa como interfaz entre el usuario de un computador y el hardware de la misma. Es el software principal de un sistema informático. El sistema operativo provee servicios a ciertos programas y aplicaciones (Stallings, 2005).

Plataforma: Una plataforma es un sistema operativo, un gran software base que sirve para ejecutar determinadas aplicaciones compatibles con este (Murugesan, 2010). Entre otras plataformas podemos encontrar la arquitectura de hardware, los lenguajes de programación y sus librerías en tiempo de ejecución, las consolas de videojuegos, etc. Existen programas denominados como multiplataforma que pueden ejecutarse en diversas plataformas. También existen programas llamados emuladores que se pueden ejecutar desde una plataforma a otra.

2.2.2. Historia del internet

En 1945, aparecieron en Inglaterra y Estados Unidos, las primeras computadoras que se dedicaban a calcular cifras a partir de una programación específica, pero se limitaban al uso del ámbito militar; en los años 60, esta actividad pudo extenderse al uso civil. A lo largo de los años, los datos a programar se fueron haciendo más complejos, por lo que los científicos se vieron en la obligación de renovar su maquinaria. Las gigantescas máquinas de calcular se convertían en pequeños ordenadores y ya no solamente procesaban datos matemáticos, se añadieron las funciones que cada caso necesitaba: fichas, listas, estadísticas y hojas de salario. En los años 70, se comenzó a comercializar el microprocesador, una unidad de cálculo que se alojaba en un pequeño "chip" electrónico; de esta manera surgió un movimiento tecnológico al cual la sociedad se debió adaptar. Se automatizó la banca, los seguros y otras actividades que se volvieron esenciales para el funcionamiento comercial. Los insumos electrónicos

promovían la productividad, por lo tanto, los recursos aumentaron, creando una tendencia a la renovación que aún se mantiene.

Cuando el primer ordenador personal estuvo a la venta en California, la industria informática se convirtió en un instrumento de creación de textos, imágenes, música, bases de datos, hojas de cálculo, programas de investigación y diversos juegos y programas de entretenimiento. Todo esto al alcance de las poblaciones de los países más desarrollados. En los años 80, la industria de las telecomunicaciones, el cine, la música, la edición y la televisión, vieron un futuro potencial en el desarrollo de la tecnología, por lo que decidieron fusionar sus funciones para que el usuario pueda disfrutar de varias acciones desde un mismo dispositivo. Justo en este punto es donde la industria se ve en la necesidad de desarrollar algún mecanismo que permita la interacción desde varios puntos hacia un mismo fin.

El internet, surge en 1959 con fondos suministrados por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, como una plataforma en red que facilitaba la comunicación entre bases militares. Estaba diseñado para conectarse con los principales sistemas computacionales de muchas universidades e instituciones de investigación. El objetivo, fue diseñar un método de comunicación que protegiera la información clasificada en caso de que una bomba nuclear soviética colapsara las telecomunicaciones. La primera red de computadoras en conexión se conoce como ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*), realizada entre tres universidades de California. El primer nodo fue creado en la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA). La conexión se realizó con el Instituto de Investigación de Standford, desde donde se envió el primer mensaje. Una vez logrado el éxito de las comunicaciones, se añadieron nuevos nodos en la Universidad de California, Santa Bárbara y Utah (Sain, 2015).

A finales de los años 70, se expanden las redes de comunicación alcanzando una amplitud mundial, hasta lo que hoy conocemos como internet. En 1973 se inicia el desarrollo el programa *Internetting* para la creación de una red de redes; se añaden dos nuevos nodos europeos a ARPANET por medio de un cable trasatlántico que colocó el gobierno de los Estados Unidos, utilizando a la Universidad de Londres y el Sistema Real de Radar Noruego como parte del proyecto. Una vez más, por la seguridad de la comunicación gubernamental, el Departamento de Defensa crea una red subsidiaria que nucleaba las instituciones dedicadas a la investigación militar llamada MILNET. Desde

aquel momento ARPANET pasa a llamarse ARPANET – INTERNET, dedicada exclusivamente a la investigación académica (Sain, 2015).

Las tecnologías del lenguaje digital aparecieron entonces como la infraestructura del ciberespacio, un nuevo espacio de comunicación, de sociabilidad, de organización y de transacción, pero también nuevo mercado de la información y del conocimiento (Lévy, 1997, pág. 17).

Los beneficios del internet pueden determinarse en la actualidad por el infinito acceso a la información, la capacidad de comunicación casi instantánea, la transferencia de archivos, por nombrar unos pocos. Internet se ha convertido en el mecanismo de comunicación más importante a nivel mundial, y se expande con rapidez. (Deitel & Deitel, 2007).

2.2.3. Web 2.0, la red social

En el 2004, Tim O`Rilley, acuñó el término “Web 2.0” para fomentar a los usuarios a ser mucho más activos en la red. La web 2.0 encabeza la evolución de la interacción virtual, donde el usuario es el principal participante; esto desató una revolución social entre los usuarios gracias a las interacciones que iniciaron en aquella época. Esta web, fue creada para facilitar la comunicación entre las personas y ayudarles a interactuar inmediatamente, dándoles así, la oportunidad de compartir conocimiento, cooperar, contribuir, publicar, editar y relacionarse.

Ahora, al estar los usuarios en constante uso de los medios de comunicación virtuales, se han ido adaptando a la web 2.0 y han empezado a desarrollar contenido, e intercambiar información entre ellos. Además, aparecen sitios como blogs, páginas web, redes sociales, etc. que facilitan el trabajo desde casa, promoviendo herramientas de comunicación y facilidad en la transmisión de información (Murugesan, 2010).

2.2.4. Web 3.0, la red semántica

La web 3.0 representa la tercera fase de un proceso que ha revolucionado la web; esta red, aprovecha la tecnología para acumular información de los usuarios y enriquecer su experiencia en línea, además de brindar ventajas competitivas a empresas que adquieren bases de datos en línea, las mismas que se utilizan para generar un acercamiento directo con futuros consumidores. (Santiago, Trbaldo, Kamijo, & Fernández, 2015). En esta web las máquinas procesan la información de las personas que publican en la red, se ordena la información por afinidad de cada usuario; es así como la inteligencia artificial los agrupa en base a sus gustos y preferencias. En esta etapa de la web aparecen las aplicaciones móviles y la realidad aumentada. (Márquez, 2007)

2.2.5. Web 4.0

La web 4.0 se caracteriza por el uso de tecnología inteligente dentro de la vida diaria de las personas, introduciendo su información personal en dispositivos como teléfonos, computadoras o incluso casas que se conectan directamente a dichos dispositivos. La realidad aumentada toma impulso en videojuegos y programas para personas con discapacidad, las aplicaciones móviles incrementan para satisfacer y facilitar la vida de los usuarios que buscan activamente la conexión y la inmediatez. Esta web permite a los usuarios ser autodidactas, exploradores de contenido y llevar consigo su información a cualquier parte (Murugesan, 2010).

2.3. Comunicación Virtual

Como se ha explicado previamente, la comunicación dependerá de factores como la temporalidad en la que se desarrolle, ya que la misma no se manifiesta de igual manera en la virtualidad que en la realidad.

La gramaticalización de la palabra en la virtualización es reproducible, móvil y desconectada de cosas concretas. Además, la virtualización une palabras para crear oraciones con sentido y significado. Entonces, se puede concebir la virtualización como nuevos sistemas de signos interactivos de lenguaje-máquina, resultado de un cuerpo sensible en permanente interacción con el otro y con su

entorno, el cual tiene significado y relevancia en la sociedad del conocimiento del mundo globalizado (Chica, 2009, pág. 159).

Es decir, las nuevas maneras de comunicación se han adaptado a las nuevas tecnologías. El entorno se vuelve virtual al momento en el que un mensaje, por ejemplo, es enviado por medio de un gadget (celular, tableta, computadora, consola de videojuegos, entre otros dispositivos que permitan esta acción). El lenguaje que conocemos, es transformado a un lenguaje de programación que cada dispositivo pueda asimilar, formando un “neo-lenguaje” que dependerá de los elementos que se encuentren disponibles, como el tipo de hardware o software de cada terminal en particular. Usualmente, los lenguajes máquina consisten en cadenas numéricas reducidas a unos y a ceros que forman órdenes a las cuales la máquina reacciona; pero también existen lenguajes de programación que pueden generar funciones más complejas con menos trabajo de codificación (Deitel & Deitel, 2007).

Anteriormente, las aplicaciones eran ejecutadas en ordenadores que no estaban conectados entre sí. Las aplicaciones en la actualidad tienen un alcance mundial respecto a la comunicación. Internet mezcla las tecnologías informáticas con las líneas de comunicación en todo el mundo, permitiendo que la información se encuentre permanentemente accesible y de manera instantánea, lo cual es conveniente para la sociedad en general. Permite también que personas y pequeñas empresas mantengan una presencia globalizada que en el pasado hubiese sido muy difícil de obtener, así mismo, los negocios han cambiado la manera en la que se efectúan, las personas pueden acceder a los precios más bajos del mercado respecto de productos y servicios, y las comunidades con intereses especiales pueden permanecer al tanto de la actualidad sobre descubrimientos, eventos, conferencias, etc. Esto demuestra que el internet se encuentra entre las creaciones más importantes que ha realizado la humanidad (Deitel & Deitel, 2007).

2.4. Redes Sociales: *Facebook*

“La sociedad es un producto humano y, al mismo tiempo, el ser humano es un producto social” (Torres, 2009).

En este acápite, es conveniente definir el concepto de red antes de involucrarnos en lo social. En la ASALE (2014), se define como un conjunto de computadoras o de equipos informáticos conectados entre sí y que pueden intercambiar información. Las conexiones pueden ser por medio de cables, ondas, señales o cualquier método de transporte de datos que están diseñados para compartir información, recursos y servicios. Probablemente, esta estructura de ordenadores interconectados entre sí, sirvió de metáfora para la denominación de red social, es decir, un espacio en el que los usuarios permanecen conectados entre sí, intercambiando información.

Como sabemos, los espacios de socialización, han estado presentes entre las personas desde el inicio de los tiempos. Aquella manera que busca el ser humano para relacionarse y permanecer en un círculo social ha contribuido con el avance personal, grupal e institucional. La sociología define esta estructura social como una serie de relaciones existentes en un momento dado, que ligan entre sí a ciertos seres humanos; también puede tratarse de una ordenación de personas que mantienen entre sí relaciones institucionalmente controladas o definidas (Torres F. , 2009).

El sociólogo alemán Ferdinand Tonnies (1988) explica que los fenómenos sociales se asocian directamente a la “voluntad humana”. La “comunidad” es un tipo de relación social que es producto de la semejanza en las condiciones de vida y experiencias vitales comunes. La “comunidad” no se limita a la vida familiar, sino se extiende a ámbitos como la ocupación, amistad, vecindad. Pero, explica también que la “sociedad” es una manera de relación social en donde predomina la “voluntad electiva” (García, 2002). Por lo tanto, la comunicación en comunidad genera espacios de intereses mutuos, como por ejemplo los grupos de *Facebook* en el que un sin número de usuarios puede ser participante de una temática en específico.

Una red social, es una estructura compuesta por nodos (usuarios) y relaciones entre esos nodos; es una abstracción del fenómeno social que se evidencia en la virtualidad, teniendo como elemento fundamental las relaciones entre los participantes. Estas relaciones son de diferentes tipos, que se transmiten por diferentes redes (relaciones interpersonales, de amistad, de negocios, etc.) (Normol, 2011).

Desde 1971, cuando el primer e-mail fue enviado desde un ordenador hacia otro, las vías de comunicación por medio de canales virtuales han crecido de una manera exuberante. Hoy en día, el acceso ilimitado hacia el internet, permite que las redes de interacción social sea el método de comunicación más difundido. Las redes sociales

ofrecen a sus usuarios un amplio abanico de posibilidades de interacción. Aparentemente es un lugar “seguro” en donde se puede compartir información personal con usuarios de mutua elección. Todo esto se ha vuelto posible gracias a que no solamente se necesita una computadora para acceder a estos servicios, sino que el internet se encuentra al alcance de una gran variedad de dispositivos electrónicos móviles y portátiles.

Una de las primeras redes sociales, fue “*Friendster*”, fundada en 2002 como pionera en la conexión online de “amigos reales”. Alcanzó los 3 millones de usuarios en sólo tres meses. En el 2003 nace “*My Space*” una especie de copia de *Friendster* cuya primera versión fue codificada en apenas 10 días. En el 2004 se lanza “*Facebook*”, concebida originalmente como una plataforma para conectar a estudiantes de la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus 19.500 estudiantes se suscribieron a ella durante su primer mes de funcionamiento. En el 2006 surge “*Twitter*” como un micro blog personal en el que se pueden escribir 140 caracteres como máximo. Al 2011, *Facebook* alcanza los 600 millones de usuarios repartidos por todo el mundo, *MySpace* 260 millones, *Twitter* 190 millones y *Friendster* apenas 90 millones (Normol, 2011).

Facebook logró el éxito que muchas redes sociales previas no lo hicieron y en un tiempo récord. Su creador Mark Zuckerberg es quien maneja los datos de sus 2.200 millones de usuarios en la actualidad. El éxito de *Facebook* probablemente se relaciona con la visión inicial del creador: tener un espacio que promueva la comunicación como una experiencia universitaria, una red que permita conocer personas dentro de círculos sociales cercanos, reencontrarse con aquellos que alguna vez conocieron y mantener contacto con más personas. En este caso, son los usuarios quienes pueden controlar con quién comparten esta información, que tipo de datos o intereses desean revelar y sobretodo la imagen que desean proyectar frente a quienes tengan acceso a su perfil (Fincher, 2010).

Una de las acciones más populares e interactivas que ofrece *Facebook*, es el botón “*like*”; actualmente existen más de una reacción que permite ampliar el simple “me gusta”.

No todos los momentos que deseas compartir son felices. A veces uno quiere compartir algo triste o frustrante y nuestra comunidad ha estado pidiendo un botón de “*dislike*” durante años, pero no queremos que la gente le diga a sus

amigos que no les gustan sus publicaciones. La gente quiere expresar su empatía y que sea cómodo para compartir una gama más amplia de emociones,

fue lo que expresó Mark Zuckerberg (Citado en Diario El Ciudadano, 2016) sobre su decisión de no añadir el botón “*dislike*” (no me gusta).

El botón “*like*”, al igual que las nuevas reacciones, no es más que un “*checkbox*”, un algoritmo programado en lenguaje informático para que al hacer “*click*” sobre él, exprese un voto específico de “me gusta” en cierta publicación. Mark Zuckerberg decidió agregar este algoritmo a partir de su idea inicial “*Face match*”: en sus días universitarios, recopiló fotografías de las estudiantes de Harvard y creó una aplicación específica donde se podía votar con un “*click*”; se presentaban dos fotografías y el usuario podía elegir cuál de las dos le gustaba más. Esta aplicación tuvo tantos suscriptores que la red de la universidad se vio colapsada (Fincher, 2010).

Un *checkbox* genera un evento ítem y un evento acción por cada pulsación. Normalmente, solo escucharemos los eventos de ítem, ya que nos permiten determinar si el *click* selecciona o desactiva el *checkbox* (Oracle, 2017).

Los usuarios siguen encontrando en *Facebook* un medio por el cual comunicarse con sus conocidos, amigos, familiares y demás. No necesariamente deben tener un contacto en la realidad, pero por medio de esta red social se sienten identificados con sus pares. Se sabe por medio de las estadísticas (Ponce, 2018) que, en los últimos años, *Facebook* ha tenido un alcance y posicionamiento histórico en relación a otros medios de comunicación y redes sociales digitales. Actualmente, los usuarios de telefonía móvil abarcan un 73% de la población ecuatoriana, de los cuales 12 millones de personas mantienen una cuenta activa en *Facebook* y el 63% ha adquirido un plan de datos para permanecer en conexión.

En el presente estudio, explicaremos cómo los sujetos entrevistados han mencionado en distintas ocasiones, sentir que en esta red social pueden expresar muchas de las cosas que frente a frente no pueden, por ejemplo, ponerle un like a una persona para llamar su atención o mantener contacto con seres queridos que se encuentran lejos, teniendo en cuenta que es un medio artificial por medio del cual pueden modificar situaciones en la realidad.

Una de la problemática recurrente y más polémica entre los usuarios de redes sociales y de internet en general, ha sido el hecho de que la información que cada usuario desea compartir, permanece en la web para siempre en servidores que mantienen una base de datos con información personal, a pesar de que cada usuario elimine parcialmente dichos datos. “Detengámonos un momento y pensemos antes de dar información personal en cualquier sitio web”, recomienda Michael Kaiser (Uniradio, 2015), director ejecutivo de la Alianza Nacional en Ciberseguridad.

En 2016, Cambridge Analytica, una compañía de análisis de datos, trabajó estrechamente en la campaña presidencial de Trump en 2016. Un ex empleado, otorgó una declaración a “The Guardian” (2017), editorial independiente, en la que explicaba cómo Cambridge Analytica direccionó contenido a usuarios de redes sociales específicamente para favorecer al actual presidente de los Estados Unidos en su campaña electoral. Lo polémico del caso fue que más de 50 millones de usuarios de *Facebook*, vieron sus datos vulnerados frente a técnicas de mercadeo que no son del todo ilegales. No se sabe concretamente cómo es que esta empresa accedió a la información de los usuarios de *Facebook*, pero sí se sabe que los monitoreaban todo el tiempo con el fin de obtener beneficios para la campaña política de Trump. El ciclo de retroalimentación significaba que los algoritmos podrían actualizarse y mejorarse constantemente para entregar miles de mensajes diferentes a los votantes según su perfil. Mark Zuckerberg, luego de este episodio, manifestó que se realizaría una exhaustiva investigación que determine las aplicaciones utilizadas en la filtración de datos que sucedieron. Manifestó también la obligación de *Facebook* por proteger los datos de sus usuarios, error que podría tardar años en resolverse.

“Cometimos errores y hay que hacer más cosas. Hubo una brecha de confianza entre *Facebook* y la gente que comparte los datos y espera que la protejamos. Lo tenemos que arreglar” (Zuckerberg citado en Diario El País, 2018).

Facebook, maneja sus servidores en tres lugares físicos en el planeta: uno en Suecia, otro en Irlanda y uno que se encuentra en construcción está situado en Dinamarca. De tal modo, si uno de ellos colapsara, serían reemplazados por sus copias. Es importante mencionar que la ubicación se realizó estratégicamente en lugares fríos para que los sistemas no se recalienten. El primer cuarto de servidores, abarca una superficie de 55.000 metros cuadrados, y se necesita alrededor de 150 personas que los mantengan en funcionamiento permanente (Torres, 2018). Aun así, en los términos y

condiciones de uso de *Facebook*, al momento en el que una persona decide abrir una cuenta, está aceptando perder los derechos sobre la información que se cargue a la red, ya que estos comienzan a almacenarse en los servidores y permanecen ahí indefinidamente. Por ejemplo, si una persona desea eliminar permanentemente su cuenta, deberá primero desactivarla, desde entonces tendrán que pasar alrededor de 14 días para que la solicitud sea admitida, y después de 90 días comenzarán a eliminarse los contenidos (fotos, publicaciones, etc.). Existen ciertos datos que no podrán ser borrados, como por ejemplo, un amigo de *Facebook* podrá tener mensajes de un usuario que ya ha solicitado eliminar su cuenta. (Facebook, 2019).

En la presente investigación, salió a relucir el tema sobre la seguridad cibernética; muchos de los usuarios se encuentran preocupados al no saber si sus datos se encuentran protegidos o no. Para conocimiento común, existen dos tipos de protocolos de transferencia de hipertexto en las páginas web: el HTTP y el HTTPS los cuales definen si una página es o no segura para mantener datos como contraseñas o números de tarjetas. El sistema HTTPS, al mantener contacto directo con un servidor, utiliza un mecanismo de cifrado apropiado para el tráfico de información, lo cual impide que algún atacante pueda tener acceso a la información. El protocolo HTTP, no garantiza seguridad en la información que el usuario coloque en ciertas páginas, y es susceptible de que los atacantes cibernéticos puedan acceder a los datos (Heaton, 2014).

Es menester relacionar este tema con la existencia de la *deep web* o web profunda, un espacio en donde se puede encontrar una variedad de servicios que no necesariamente son legales, por ejemplo *hackers*, o atacantes cibernéticos, que ganan mucho dinero eliminando datos específicos sobre personas que alguna vez se registraron en alguna página de internet; los clientes suelen ser personas prófugas de la ley, activistas políticos o simplemente un usuario que no quiere que se sepa sobre su existencia en este “mundo virtual”. La *deep web*, no realiza solamente esta función, es un espacio que se encuentra codificado para no ser encontrado por usuarios convencionales, solamente se puede acceder por medio de programas específicos, tiene su propia cripto-moneda que no puede ser rastreada, y se puede encontrar cualquier tipo de información, por lo tanto, es un espacio libre (Cagiga, 2017).

“Si la *deep web* es el 90% de Internet, la *dark web* ocuparía únicamente el 0,1% de ella” (Yübal, 2018). La *dark web*, es una porción de Internet que se encuentra oculta frente a los buscadores, se presenta con direcciones IP enmascaradas y accesibles sólo

con un navegador web especial. La *dark web*, forma parte de la *deep web*, pero son cosas diferentes. En la *dark web* es donde se encuentra el contenido cifrado de cosas que no están legalizadas en la mayoría de países, es la parte más oculta del internet, en donde los usuarios afirman que se puede encontrar artículos como armas, drogas, órganos, pornografía infantil, y todo el material inimaginable que se encuentra restringido por la ley.

Así como de asuntos ilegales se trata, también se ofrece en la web el servicio de almacenamiento de datos ilimitados en la nube. Se trata de servidores gigantes donde se puede adquirir o contratar un espacio para guardar datos de un usuario en específico. Los centros de procesamiento de datos están controlados por operadores que virtualizan los recursos que requiera el cliente. Es el usuario o cliente quien administra el funcionamiento de los archivos, datos o aplicaciones que se han almacenado. Se puede acceder a ellos por medios como un servicio web, una interfaz de programación de aplicaciones o una interfaz de usuario. Es posible que los recursos puedan estar repartidos en distintos servidores físicos

Los proveedores de aplicaciones o servicios deben ser transparentes al declarar que almacenamiento usan y dónde está situado. En Europa las leyes de protección de datos son muy estrictas. Cualquier almacenamiento fuera de los territorios de la Unión Europea puede vulnerar estas normas (Ruiz, 2016).

El concepto de la nube, fue empleado por primera vez en 1960 por Joseph Carl Robnett Licklider. Desde entonces, se desarrollaron infraestructuras que soporten una exuberante cantidad de datos. Hoy en día, existen servidores gratuitos que ofrecen una muestra del servicio de almacenamiento, por ejemplo, *Google drive*, *One drive*, *Icloud*, *Dropbox* o *Dataprius*. *Facebook* no es un servicio de almacenamiento en la nube, pero es muy parecido al pensarlo como un espacio cibernético en el cual podemos almacenar fotografías y publicaciones a las que se puede tener acceso desde cualquier ordenador con internet en cualquier lugar del mundo (Ruiz, 2016).

Capítulo 3: Investigación

3.1. Preguntas guías de la investigación

¿Cómo se manifiesta el goce, en la experiencia particular que tiene cada sujeto miembro de la muestra en cuanto al uso que le da a las redes sociales virtuales?

3.2. Tipo de investigación:

Descriptiva

3.3. Tipo de enfoque

Cualitativo

3.4. Diseño:

No experimental

3.5. Método e instrumento para la recolección de información

Para recoger la información de interés consideramos que es más conveniente trabajar con entrevistas individuales y grupos focales, por medio de preguntas abiertas. ya que éstas nos permiten obtener respuestas expresadas en el propio lenguaje del participante (Castro Sánchez & Gutiérrez Ascanio, 2016), lo que da paso indagar en la experiencia particular de cada sujeto frente al uso que le da a las redes sociales virtuales.

3.6. Población:

Hombres y mujeres entre 18 y 25 años de edad, que asistan a la Pontificia Universidad Católica durante el periodo 2016 – 2017.

3.7. Muestra:

La muestra se escogió mediante la técnica: Bola de nieve. Constó de 2 grupos focales con 5 participantes cada uno, además de 10 personas para realizar las entrevistas individuales.

3.8. Criterios de inclusión y exclusión:

3.8.1 Criterios de inclusión:

- Tener entre 18 y 25 años.
- Asistir a la Universidad Católica sede Quito.
- Tener acceso a internet.
- Tener un Smartphone o un dispositivo portátil con internet.
- Ser un miembro activo de la red social *Facebook*
- Utilizar la red social por un mínimo 2 horas al día
- Estar dispuesto a participar en la muestra de manera regular hasta que termine la investigación y brindar la información necesaria.

3.8.2 Criterios de exclusión:

- No tener Smartphone o dispositivo en funcionamiento diario.
- No tener servicio de internet permanente.
- No ser estudiante de la Universidad Católica
- Ser activo en la red pero no en una página personal sino en una página de negocio.

3.9 Métodos e instrumentos para analizar los datos obtenidos

La técnica que se utilizó para el análisis de los datos fue el análisis de discurso con codificación que consistió en categorizar datos en códigos con los que se construyó una tabla de códigos, que se presenta en el acápite tal

3.10. Procedimiento

La investigación presenta cuatro momentos. En el primero se realizó una revisión y análisis bibliográfico registrado en fichas, subrayados, resúmenes y abstracción de ideas principales y secundarias de textos y artículos relacionados al tema de investigación, que darán paso al marco teórico.

En un segundo momento para la obtención de la muestra, se seleccionó a los candidatos en base a los criterios de inclusión y exclusión preestablecidos. Una vez agrupada la muestra, cada participante seleccionado será informado sobre el motivo y el objetivo de la investigación, entregando una copia del consentimiento informado (adjunto en anexos), el cual debe ser firmado por el participante y los moderadores.

En tercer lugar, se realizaron entrevistas semiestructuradas, tanto de forma individual, como en grupos focales con los participantes. Las cuales se grabaron, transcribieron y codificaron.

En el cuarto momento, se estudiaron los datos por medio de análisis de contenido con codificación, incluyendo categorías que permitan claridad y den sentido a los datos codificados, es decir, se realizó la parte de la sistematización.

3.11. Resultados de las entrevistas individuales

En las entrevistas realizadas se han evidenciado ciertos puntos de relevancia que enriquecen a la investigación y por ende, aportan a la hipótesis planteada en un principio. El primer punto se da en torno al interés que tiene cada sujeto por crear una cuenta y convertirse en un usuario activo de la red social *Facebook*. Entre las razones que mencionan está la presión social que sienten, el tener un acercamiento más eficaz a sus contactos cercanos, además de las innumerables herramientas y facilidades que la *social media* brinda al formar parte. El entrevistado 9 señala: “creo que fue por seguir al grupo más que nada, no fue porque quise yo, sino porque todos tenían” (Anexo 9). El sujeto 10 alude que “*Facebook* fue porque la esposa de mi papá me había hablado de la red y ella vivía acá en Quito y yo vivía en Loja en ese entonces” (Anexo 10). De igual manera el sujeto 2 mencionó tener cuenta en esta red social para poder comunicarse con

sus familiares en Cuenca (Anexo 2). Por otra parte, el sujeto 1 señala que su mamá le enseñó como estar en contacto con viejos amigos (Anexo 1).

Varios comentarios se encuentran en relación a una red social previa que llamó su atención por los motivos explicados anteriormente. “Tenía primero Hi5 que era como lo más “in” de ese tiempo, y después mis amigos comenzaron con *Facebook*” (Anexo 5). “Otras redes sociales que usaba es HI5, y hace diez años abrí el *Facebook* desde ahí ya solo he usado esta” (Anexo 4). Esto evidencia que la necesidad de socialización por los medios virtuales, se encontraban en los usuarios desde mucho antes de *Facebook*, la curiosidad por conocer lo que va más allá de los encuentros físicos es algo inminente en las nuevas generaciones. Los sujetos entrevistados mencionan al respecto: “...es la más antigua que inicie en el colegio y creo que era lo más novedoso porque antes había el “HI5” y era como la innovación” (Anexo 3). “estás más cerca de la adolescencia, todavía no pasas esa etapa, recién entraste a la U, estás como que, en un nuevo mundo, quieres conocer gente nueva” (Anexo 1).

En torno a la experiencia de los sujetos entrevistados desde que se crearon la red social hasta el día de hoy, resaltan lo que *Facebook* representa y ha representado en su vida. Esto implica la interactividad entre usuarios, e hipertextualidad presente en herramientas, accesos y facilidades de la plataforma. A lo que añade el sujeto 6: “la gente prefiere algo fácil y dinámico” (Anexo 6). De esa manera, al formar parte de sus vidas, *Facebook* cambio de lugar en rango de prioridades, de ocio inservible a ocio productivo, además de la comunicación inmediata entre contactos de la misma red social. El sujeto 2 menciona: no sé si sea la verdad algo bueno o malo, pero la gente habla con varias personas al mismo tiempo a través del celular, y se olvida de su entorno y de la gente que lo rodea” (Anexo 2); el sujeto 8 comenta también: “es una gran herramienta (...) es una fácil interacción, instantánea, así con otro usuario” (Anexo 8). Por ende, para los entrevistados se ha vuelto muy complicado el desprenderse de la red social, no solo porque ha sido una plataforma de entretenimiento sino porque se ha vuelto una necesidad en los sujetos, a esto corrobora el individuo 7 “se vuelve necesario, ya ni siquiera como un complemento o una herramienta, es algo ya cotidiano y con lo que se tiene que vivir todo el día y todos los días, no es algo con lo que puedas decir que no, o que puedas evitar” (Anexo 7).

No obstante, existe la otra arista de la realidad, en la que la invasión inminente del universo virtual toma posta en el diario de los usuarios, a lo que añade el

entrevistado 9 “es que casi todo el tiempo estoy conectado, pero, aunque no esté viendo las cosas, o sea, tengo una pestaña abierta, entonces es como que estuviera conectado” (Anexo 9). Otro de los inconvenientes es la adicción del medio por un fácil acceso a la información privada de los usuarios, por ejemplo, el sujeto 3 dice “, puedes subir fotos y puedes saber lo que tus amigos piensan de eso, puedes ver lo que tus amigos hacen y no es necesariamente tienen que estar aquí; si no en todas partes del mundo” (Anexo 3); se supone que esta puede ser la causa latente del debut de la red social, a esto el usuario 6 comenta: “Yo creo que esa es la clave, lo que hizo a *Facebook* grande, es eso...lo que hizo que *Facebook* sea tan adictivo. Y que puedes estar bien informado de lo que hace cada persona” (Anexo 6).

El tema del *like* por otra parte, toma la posta en las entrevistas, donde los sujetos señalan ciertos significados personales al ícono, en su mayoría, sobre el impacto de este en sus publicaciones, y por ende en la percepción que tiene el usuario sobre sí mismo, es decir, la recepción de likes implica un grado de atención e importancia que el sujeto tiene sobre su círculo social, es una cuestión de emociones, “obviamente que hay ese tinte del ego que te gusta que el otro te reconozca” (Anexo 4), el sujeto 10 comenta: “te gusta tener una aceptación y una aprobación por los demás, entonces, te vas a basar por eso, o sea todo lo que hagas te basas prácticamente en eso, en esa aprobación de los demás” (Anexo 10). A pesar de esto, la entrevistada 3 expresa: “a veces yo creo que no es ni un me gusta, es un yo vi tu foto, me enteré de lo que escribiste” (Anexo 3). El like se ha vuelto un mecanismo de comunicación en el que los usuarios solamente tienen que aplastar un botón. “sabes ya con los estados, pones una indirecta y así le den me gusta y no sea algo bueno y ya sabes que esta persona leyó, claro que ahorita hay: “me gusta” “me asombra” y todas las reacciones posibles, pero creo que el me gusta empezó así, para dejar evidencia que tu viste o leíste algo” (Anexo 3). Lo cual puede implicar una serie de interpretaciones dependiendo de la relación que mantengan los usuarios.

En torno a la comunicación, se mencionaron connotaciones muy subjetivas por medio de íconos como el *like*, en el que se alude diversidad de significados según el contexto y la importancia que le dan. Con esto se recopila de los sujetos: “Tal vez es una necesidad grande de atención o de engrandecer el yo” (Anexo 6); “siempre va a ver un tinte un poco más hasta del ego, que si te interesa que les guste cosas que a las personas que te rodean un poco les va a interesar también” (Anexo 4);” yo tengo una

amiga que acepta a cualquier persona, y si no llega a los 400 likes siente que es fea, y no es cierto. No sé, yo la verdad no siento que sea tan importante un like” (Anexo 1). “a mí me hacía sentir bien porque recibías así bastantes likes y eso te hacía sentir bien, te daba cierta popularidad (...) compartía constantemente estados o cosas, o cambiaba las fotos, solo por los likes (...) más era la moda de ese entonces y así la fama, la popularidad supuestamente de ser conocido o que te reconozcan, cosas así ” (Anexo 7); “El like es como que el...lo que la persona, ajá, notó en tu publicación, no es que le guste o nada, solo como que vio tu publicación y te da a conocer que vio tu publicación” (Anexo 8).

Además, establece una interpretación a la diversidad de *reacciones* en torno al impacto que provocan en la manera de pensar y sentir de los usuarios, por ejemplo, el coqueteo por medio del *me encanta* tanto en hombres como en mujeres, a esto señala el entrevistado 6: “si una chica le da un me encanta a un chico, el chico de una le escribe y (...) tiene la certeza de que ella quiere algo con él, esa es la interpretación que le dan...igual un chico, si le da un *me encanta* a la chica, es que como que ¡ah! Ya sé que este man esta atrás mío” (Anexo 6). En cambio, al referirse al *me divierte*, si un usuario publica una foto de perfil y otro puede emplear esta reacción, connota que el usuario 2 quiere molestar al usuario 1 de forma amistosa. Por lo cual, no se limita a una sola reacción sino que se expanden las opciones de acuerdo a la necesidad de los usuarios. A lo que el sujeto 7 señala: “me parece interesante porque antes es como que el like te condicionaba a dar o no dar y ya no pasaba de eso” (Anexo 7).

En correlación, varios de los entrevistados concordaron en que su accionar en la red social se determina por el propósito de llamar la atención del otro. A esto, el sujeto 9 dice: “de vez en cuando, cuando estoy aburrido hago una historia, o cuando por ejemplo quiero presumir a algún amigo de que estoy en algún lado por molestarle o algo así” (Anexo 9). De esa manera, varios usuarios aprovechan la invasión de la privacidad que la red permite para conocer acerca de una persona determinada, no obstante, a la par, no quieren ser vistos, por lo cual, forman parte de un grupo llamado usuarios fantasma, para así, captar la mayor cantidad de información regulando su presencia en la red social, en torno a la reacción que esperen de los demás. A lo que el entrevistado 7 menciona: “Antes usaba más en el sentido de que compartía más cosas, ponía estados, cambiaba la foto de perfil así bastante y cosas así; interactuaba más. Ahora, no es así, o sea entro a *Facebook* pero no o sea es como lo que saben decir usuarios fantasmas así que solo rara vez así un like o compartir algo rara vez, no es algo... o sea no estoy

actualizando siempre mi información o estados o que estoy haciendo, cosas así” (Anexo 7).

Varios de los entrevistados expresaron también el uso de *Facebook*, no como una interacción con una persona en específico, sino como miembros de grupos o comunidades que comparten temas puntuales: “sobre todo es una fuente de información, como te digo, para mí fenomenal, porque con los grupos de intereses especiales que puedes ir siguiendo, ahí te enteras un millón de cosas (...). Temas, por ejemplo: espirituales, temas más científicos, tipo física cuántica. (...) hay las páginas de temas de intereses específicos, páginas que se crean, que dan información referente a un cierto tipo de cosas, entonces como digo, todo a la final casi mi mayor fuente de información proviene justamente de ahí”; el mismo entrevistado añade “*Facebook* más que nada te da información, no es simplemente las fotos, los grupos que comparten información, noticias internacionales que van más por los intereses míos propios” (Anexo 4). Por otra parte, es curioso lo que el entrevistado 2 expresa: “A pesar de que me apasiona todo esto del activismo LGBT, siento que el mismo hecho de cerrarse y estar como aislados de la comunidad, y crear otra comunidad, me parece un poco, no sé, como una tontería”, refiriéndose a los grupos existentes en *Facebook* de comunidades que prefieren mantener un perfil bajo.

De igual manera, sucede con los eventos: “con mis amigos es por publicaciones que me entero de los eventos que van o de las cosas que hacen” (Anexo 2). Por medio de esta opción que *Facebook* brinda, los usuarios pueden realizar reuniones físicas y compartir momentos que posteriormente se comentarán en redes sociales. “Como tal siempre hay una interacción más amplia en esto de redes sociales, pero hace varios años cuando recién llegamos a abrir todo esto no había tanto esta herramienta justamente de hacer eventos, que, si bien como herramienta social te permite conectar más con la gente, ahora se potencializa muchísimo más cualquier tipo de acción en comunidad, de acción social por justamente con esta herramienta” (Anexo 4).

En otra instancia, las entrevistas realizadas, evidenciaron otra problemática acerca de la publicidad en redes, ya que comentan que es evidente la existencia de una manipulación de la información hacia los usuarios, ya que, al ser el universo virtual sumamente específico, por medio de un algoritmo, se clasifican los gustos de cada miembro activo para direccionarlos como posibles clientes dentro de una extensa lista de empresas ligadas a la red social. “En *Facebook* cada vez es peor, ni siquiera puedes

saltártela, tienes que esperar que pase la bendita publicidad” (Anexo 1). A esto, el entrevistado 6 sostiene “el objetivo principal de *Facebook*, es que la gente se mantenga adicta a las redes sociales” (Anexo 6). “tengo entendido que así funcionan los algoritmos y todo eso, mientras más “likes” recibe algo, más permite que se amplíe la información; incluso si algunos amigos ven que me está interesando algún tipo de cosas poniendo justamente “like”, esta información también les aparece a ellos, de esa manera se potencializa” (Anexo 4). Se entiende, que los usuarios creen que *Facebook* utiliza la información proporcionada de tal modo que ciertos grupos empresariales (entre otros) puedan acceder a estos datos y utilizarlos a su beneficio. “Recién a esta edad me entero que las fotos y todo, aunque tú cierres el *Facebook*, es propiedad de ellos, tus fotos, pueden usar como quieran las fotos que tenías en tu página. (...) No me interesaba, pero si es un problema saber ahora que esas fotos cuando tú borres, realmente no se están eliminando” (Anexo 5).

De igual manera, se dan cuenta de que aparte de la manipulación de las empresas, no existe la privacidad en ningún perfil, pese a eso, el uso de *Facebook* no ha disminuido. El usuario 6 menciona “sí, tienen bastante acceso a tu información y saben de tus gustos de...todo (...) no sé qué faltará para que sepan toda mi vida” (Anexo 6). Es interesante el comentario que nos otorgó el entrevistado 4 al respecto: “si bien hay unas cosas muy importantes acerca de tu privacidad de información que estas entregando a diestra y siniestra; o sea *Facebook* es una plataforma gratis, pero cuando no te están cobrando y es una empresa que hace millones y millones de dólares, es que en realidad tú eres el producto, no es que te estén dando el servicio gratis, también hay ese otro lado así poco turbio que no nos damos cuenta, pero teniendo en cuenta estas cosas nos impulsa a usarlo un poquito mejor también a la final” (Anexo 4), es decir, somos el producto que genera ganancias al dueño de *Facebook*, y todo esto es gracias a la publicidad mencionada previamente, misma que se basa en los datos de los usuarios para proceder con su público objetivo. Además: “Quieres ver, entre más información, mejor porque claro que al final se puede quedar, porque todo lo que se sube a internet se queda” (Anexo 4).

Partiendo de este hecho, los usuarios mencionan al respecto: “Era joven y no me importaba, pero luego le tuve a mi hija y fui como que recapacitando (...) Pero así borre, sé que la información va a seguir ahí, o lo peor que “googleo” y también salen fotos de perfil entonces es un error” (Anexo 5). Además de que los servidores guardan

información de una cuenta por un mínimo de 90 días luego de ser eliminada. “Ahí depende de lo que tú sigues, por ejemplo, yo últimamente sigo más todas estas cosas de deporte aéreo y así, y entonces casi siempre al inicio me aparecen fotos de chicos y chicas haciendo ballet, pero como te dije, cuando yo era pequeña, seguía grupos musicales de esa época o películas o cosas así normales, y siempre te aprecia información que no es buena, que no tiene un mensaje”. No es la primera vez entre los entrevistados, que se menciona el hecho de que mientras una persona va madurando, menos importancia le pone al contenido o tipos de publicaciones que realiza en redes sociales; así como la edad a la que una persona ingresa a una red social influye en el tipo de interacción que se expresa en la misma: “Ahorita viendo para atrás, me doy cuenta me va importando un poco menos. Al principio hace diez años que me cree esto, publicaba más” (Anexo 4). La entrevistada 1 acota: “las personas se identifican con ellos porque son adolescentes, y hacen cosas de adolescentes; no buscan, o bueno, al principio no buscan como que encajar, solo hacen lo que quieren hacer” (Anexo 1), explicando que los adolescentes son más susceptibles de ser influenciados por los medios.

Para esto, se establece la diferencia entre como lo usaban antes y como lo usan actualmente, donde la visión de la red social para los usuarios ha ido evolucionando en torno a ellos y su crecimiento tanto personal como profesional, el entrevistado 7 dice “no sé, antes era por farándula así, popularidad, estar compartiendo cosas por recibir likes” (Anexo 7). A lo que el sujeto 10 añade “de ahí evito más que nada utilizar, porque hubo un tiempo que, si era muy pegada a estas redes y muy dependiente, pero ya creo que cuando vas creciendo ya tienes más cosas que hacer, te importan más cosas entonces, te olvidas un poco de eso” (Anexo 10). El entrevistado número 4 tiene una posición distinta respecto a este tema: “Vuelvo a esto que te digo del sentido crítico, que si no aprendemos a desarrollarlo simplemente vamos a caer en una ignorancia, hasta un poco consiente e inconsciente, más consiente que nada. Hay una frase que dice que: “en la era de la información, la ignorancia es una elección”, entonces obviamente depende de cada uno” (Anexo 4). Es decir, muchas veces los usuarios se encuentran “enganchados” al no poder discernir el impacto que la red social tiene en su vida. La entrevistada 5 expresó lo siguiente: “hay mucha gente que uno nunca sabe, o sea es mala, te quiere hacer daño y al poner la información y más que todo de una hija o esas cosas, ya saben por dónde hacerte daño, eso fue más bien mi problema” (Anexo 5),

dando a entender el hecho de que mientras el usuario no se vea realmente amenazado, no hará nada al respecto de sus hábitos virtuales, no se dará cuenta de las consecuencias que implica el mostrar información privada públicamente.

Los sujetos muchas veces, no comprenden la razón por la cual siguen usando la plataforma, únicamente están conscientes de la influencia de su grupo social en el empleo de esta. La entrevistada 1 explicó un poco sobre la nueva tendencia de “influencers” que generan contenido con el cual el usuario se identifica y es muy difícil desprenderse de él: “son las personas que manejan ciertas redes sociales, como en Instagram, o hay personas que prefieren Instagram antes que Youtube, y así. En mi caso, yo soy una adicta a Youtube, (...) Entonces, hay niños a los que les gusta mucho Youtube y buscan youtubers a los que también les gusta eso; y si este youtuber va y dice en su video que le gusta esto, ellos van a investigarlo y como tienen algo en común, les va a gustar también, y va a hacerse más grande y más grande; por eso se hace viral” Mencionó también que antes de que los “influencers” hagan videos, comienzan por tener páginas de *Facebook* y así adquirir seguidores. Por otra parte, el entrevistado 2 explica la labor de los grupos que más polémica ha causado en internet: “Hay personas influyentes en este medio que son parte de la comunidad LGBTI y que lo resaltan y que han hecho un gran trabajo” (Anexo 2), refiriéndose al hecho de que muchos usuarios han podido asimilar situaciones de una mejor manera, gracias a la ayuda de personas que pasaron por lo mismo; “me parece relevante o importante porque de cierta forma yo pude salir del closet, por así decirlo, o pude sentirme más en confianza conmigo mismo por medio de Youtube, más que de *Facebook* e Instagram. Porque hay muchas personas influyentes en este medio que son parte de la comunidad LGBTI” (Anexo 2)

Finalmente, es importante destacar el hecho de que, antes de crear una cuenta de *Facebook*, los administradores explican los términos y condiciones bajo los cuales un usuario debe mantener su cuenta: “como yo era jovencita yo lo único que hacía es aceptar y ya eso es el mayor problema, que uno no se pone a leer” (Anexo 5). La mayor parte de personas admiten no saber de qué se trata este documento que obligan a aceptar para acceder a una cuenta, y este puede ser el detonante de quejas en contra de lo que el usuario mismo aceptó en un inicio.

3.12. Resultados de los grupos focales

En los grupos focales se mencionaron varios temas considerados como puntos relevantes para la presente disertación. Se realizaron dos grupos de cinco personas cada uno, se encontraron participantes de varias edades y distintas profesiones; respecto a la investigación, se destacan temas que se correlacionan con las entrevistas antes mencionadas, como por ejemplo: las razones por las cuales los sujetos se abrieron una cuenta en la red social *Facebook*, de las cuales destacan la influencia o presión social. Además, se resalta lo innovador en el desarrollo de la comunicación y el aporte primordial a la carrera universitaria como una herramienta novedosa que la diferenciaba de las demás, sin mencionar, el hecho de compartir tanto ideas entre usuarios activos de la red como comentarios personales, a esto el sujeto 5 dice: “cuando ya entré a la universidad, ahí sí, ya me tocó meterme a fondo en eso, porque ya todos los trabajos mandaban en forma digital. Ya mandan a hacer proyectos” (Anexo 12). “En el colegio se hicieron grupos para los deberes y hasta ahora, se suben archivos ahí” comenta el entrevistado 3 (Anexo 11). A lo que el participante 3 de un grupo distinto corrobora: “estudiamos artes visuales, entonces no sé, como que Instagram o *Facebook*, creo que, si son bastante visuales, y por ese lado es como que hay muchas cosas que explorar, y que descubrir a través de esto” (Anexo 12).

Así como una estrategia de estudio y comunicación, *Facebook* puede ser también una manera de entretenimiento y distracción, como lo comenta el participante 1: “Yo lo único que utilizo para mi carrera es para ver las formas de nis (?) pero rara vez lo uso. Estoy suscrito a esa página, pero ver es tremendo eso, me pongo a ver memes en vez de estudiar. (risas) Porque es como que en vez de sentarme a estudiar los informes que salieron, ves tanta distracción que uno se olvida y sigue bajando” (Anexo 11).

Por otro lado, mencionaron lo indispensable que se han vuelto las redes sociales en la cotidianidad, siendo un medio masivo de recepción de información, por la cual pueden informarse acerca de hechos de interés a nivel mundial. El sujeto 1 sostiene: “hay cosas que te enteras primero por un *meme*, luego vas a la página de un diario o de un canal de televisión y puedes contrastar fuentes, puedes hacer un montón de cosas” (Anexo 12). El entrevistado 4 expresa al respecto: “ Ya ahora no lo uso tanto al *Facebook*, no me gusta mucho, más lo uso como una herramienta porque a veces te

pasan trabajos o algo por ahí. De ahí no uso casi ninguna otra red social, a veces utilizo twitter, eso me gusta porque ahí te informas más con noticias o algo interesante de lo que piensan, o algo divertido” (Anexo 11). Lo mismo sucede al momento en el que se quiere divulgar una información, las redes sociales son una estrategia de mercadeo que funciona mucho mejor que cualquier publicidad impresa. La participante 2 dice: “Yo sigo ecoturismo, entonces es súper bueno un *Facebook* porque ahí ya pones las fotos, y la gente ya viendo como es el lugar dice “sí, quiero ir”. Si creo que es full importante” (Anexo 11).

Otro punto a relucir en la conversación es la restricción entre lo que significa ser amigos en forma física y *amigos* en el mundo virtual. Debido a que en ocasiones, el hecho de ser *amigos en Facebook*, no implica ni siquiera que se conozcan en persona. A lo que el participante 3 dice: “cierto tiempo revisaba (...) a las personas (...) con las que era amiga y compartía cosas, y les iba borrando a algunas personas porque no me gustaba lo que publicaban, porque sólo publicaban fotos de sí mismos o de cosas que no me interesaban, y eran personas que sólo les tenía como amigos porque eran no sé, conocidos del colegio y así, pero si les veo en la calle no les voy a decir ni hola” (Anexo 12). La participante 5 menciona también: “me gusta seguir a gente que sube fotos profesionales, paisajes, viajes. O sea, tengo un montón de ciertos intereses y sigo gente así. También me ha agregado gente como que, si tienes amigos en *Facebook* y en Instagram tiene cuenta, te aparecen como sugerencia, se vinculan y a veces te agregan. Yo tengo esa opción para aceptar o no, pero yo seguir a gente así, es como que tengo par amigos, pero no, más lo uso para las otras cosas” (Anexo 11).

Referente a las relaciones interpersonales, los sujetos acordaron que prefieren conversar y tratar a una persona de forma directa, es decir, cara a cara, no por medio de un monitor. El participante 5 destaca “Prefiero estar así cara a cara y decirle X ¿cómo estás? Interactuar. Más soy de las personas que les gusta interactuar cara a cara” (Anexo 12). También, se expresa en relación al *like* que estas relaciones interpersonales pueden estar sujetas a la competencia, el sujeto 5 dice en la entrevista: “pensándolo mientras hablaban, veo que si es algo que si se valora mucho en la sociedad, porque me vino el ejemplo de una prima mía que en una fiesta, no se ahí estábamos reunidos, la cosa es que ella estaba viendo su foto y ella dijo ve, tengo... estaba viendo y luego la hermana le dijo deja de ver tu foto, y ella le dijo: Ah estas celosa porque tengo 50 likes más que tú” (Anexo 11).

Además, corroborando las entrevistas previas, surge diversidad de interpretaciones en torno al *like*, de las cuales los sujetos destacan la importancia e impacto que la publicación tiene en su reacción, el interés de una persona por otra, concordancia de ideas, emisión de indirectas, determinación de posturas tanto a nivel, social, político, económico, entre otras; o bien, una forma de aportar en el autoestima de una persona, tanto de forma positiva como negativa. A esto, el primer participante menciona: “Hay veces que el *like* sirve como apoyo o como atención a los demás” (Anexo 12). Posterior, el sujeto 3 dice “como que estás de acuerdo con lo que está diciendo” (Anexo 12); en acotación, la cuarta persona señala: “Yo creo que el *like* en algún punto se vuelve como una especie de puntuación (...) también nos da esa sensación de tener control, de no darle *like*” (Anexo 12). “Es como que, si te ponen, no te ponen likes es como que no te aceptan de alguna manera en este medio de comunicación” (Anexo 11) manifiesta el participante 5.

En otra instancia, se recalca que, la postura social que una persona tiene en el mundo virtual suele definirse por la cantidad de *likes* que obtiene, es decir, su nivel de popularidad; en cohesión, el primer participante dice: “Yo creo que significa popularidad (...) Es como tu pañito de popularidad los *likes* que alcances” (Anexo 12). El sujeto 5 manifiesta: “una vez una amiga había cogido mi celu y le puso like a todas sus fotos” (Anexo 11). Lo mismo sucede con los artículos que se encuentran en redes sociales, los sujetos creen que si tiene un número elevado de reacciones implica que vale la pena verlo; el participante 4 explica: “Por eso marcas tu interés a veces, como que ¡ah, mira! Tiene no se cuantitos likes en una noticia, tiene no se cuantitos likes, a ver...”

De igual forma, el ícono *like* toma relevancia en la comunicación implícita de los usuarios, es decir, genera reacciones sin la necesidad de decir explícitamente nada, a esto, el participante 1 resalta: “las personas que les dieron *like* sé que están pensando igual que yo o que están de acuerdo conmigo” (Anexo 12), mientras que el sujeto 2 dice: “Creo que es una forma de mandar indirectas (...) que tú cachaste la indirecta” (Anexo 12). A esto, el sujeto 5 nos brinda un ejemplo: “un amigo de mi hermano había puesto un “me da risa” a un video de un chico haciendo cascaritas, o sea con el balón unos trucos, y era un video que solo lo vio, o sea le salió como sugerencias, y este chico le escribió por interno y le dijo: por qué le pones me da risa a mi video, que te pasa, no lo subí para ti” (Anexo 11). Esto nos da indicios de que las indirectas pueden depender

del tipo de relación que cada usuario mantenga con otro, y de esto depende el significado que cada persona le da al *like* o reacción.

Las redes sociales se actualizan con frecuencia, entre esos cambios, en *Facebook* se dio lugar a las reacciones, íconos que expresan una emoción mucho más detallada que el *like*, por lo que exige mayor razonamiento por parte de los usuarios al momento de usarlas, debido a que no toma un significado tan subjetivo, sino que varía, pero en torno a la emoción misma. Por ejemplo, el sujeto 5 explica: “Con esto nuevo es como que te da chance a ponerle una carga emocional todavía mayor, porque antes solo era el like. En cambio, ahora es como que, con esto, tantas variantes que son estas, en serio también se da una... le ha añadido *Facebook* una carga emocional más amplia de la que ya tenía” (Anexo 11). A esto, el primer sujeto dice: “Creo que el *like* es menos comprometedor porque es súper genérico” (Anexo 12). El sujeto 1 manifiesta: “Es depende el contenido que uno sube. O sea, se espera una reacción, pero que le den una que no esperes es como que te pone a pensar” (Anexo 11). Es decir, cada una de las reacciones (me divierte, me entristece, me encanta, me enoja) puede ser aceptada en cierto contenido particular, pero no en otros. “O sea yo veo cuando hay digamos un “me encanta” o eso, ahí me pongo a ver quién fue el enfermo (risas) cacho. Y de ahí no” (Anexo 11).

Desde el tema de la presión social, se ha evidenciado la influencia del entorno en la relevancia que se le da a una publicación, dando apertura a la distinción entre géneros, y por ende, a la brecha que separa el número de *likes* que obtiene un hombre en relación al número de *likes* que tiene una mujer. El participante 2 señala: “A mí me daba la perspectiva de que las mujeres tienen más popularidad y obviamente, más *likes* en las fotos que suben ellas que los hombres” (Anexo 12). También, dicha presión exige una devolución en respuesta, es decir, si un sujeto da un *like*, es implícito que se regrese el ícono en otra publicación. A lo que el mismo participante acota:” Entonces luego llega la idea de que te dan *like* porque yo le di *like* a tu foto entonces mis panas ya vieron que tu subiste eso y le están dando *like* y cosas así” (Anexo 12). Al mismo tiempo, se ha concluido sobre este tema, que no todos los usuarios lo manejan de la misma manera. En las entrevistas descritas previamente, se expresó la posibilidad de que mientras más madura una persona, menos importancia le otorga al “qué dirán”. El participante 4 menciona: “Yo tampoco lo uso para subir fotos. En el *Facebook* no he subido fotos desde hace unos dos años. Porque no sé, es como que ya no me interesa subir una foto

para que le den like, no sé” (Anexo 11), lo dice, dando a entender que no siempre un *like* es tan importante como pareciera. La participante 1 manifiesta también “Rara vez doy likes, tiene que ser algo que me guste en sí para que yo de un like o comparta, o sea, tampoco no soy tan fan de compartir” (Anexo 11).

A pesar de esto y según lo que afirmaron los sujetos, gran parte de los usuarios tiene activas dos o más cuentas, las cuales definen su comportamiento acorde al círculo social que tengan como amigos, por ejemplo, el participante 4 cuenta: “tengo un amigo que le crearon un *Facebook* falso y se llamaba N algo, en el *Facebook*. Ya, entonces, había este *Facebook*, y este chico, tres veces ya ha creado, no sé por qué ni con qué fin. La cosa es que la tercera vez, por molestar, nosotros con otro amigo, le hicimos a otro amigo que es un poco gordito y le pusimos el mismo nombre, pero “el gordo”, pero era solo por molestarle a él. Todavía creo que existe ese *Facebook*.” (Anexo 11). Por otra parte, depende si una cuenta pertenece al uso familiar, en este caso, los *likes* son medidos en torno a la publicación, para así, evitar conflictos o malas interpretaciones, no obstante, si la cuenta es de un círculo social externo, no existe mayor medida, ya que se establece una postura que debe ser defendida por medio de las publicaciones que giren sobre el entorno virtual en el que la cuenta se desenvuelva. A lo que el sujeto 3 corrobora: “De hecho tengo una amiga que se creó un *Facebook*, una cuenta de *Facebook* sólo para tener a su familia y sus amigos cercanos... amigos cercanos así y otra cuenta de *Facebook* en donde tiene a un millón de gente que... y no publica las mismas cosas”(Anexo 12).

Por otro lado, la compra de *likes* es un hecho que se da en la plataforma, ya que los *likes* proporcionan cierto estatus y fama al usuario, “es una aplicación que te da como auto-likes, algo así. Te puede dar como unos 100 o 200 likes o sea a una foto” (Anexo 11). Muchos recurren por cualquier medio a obtenerlos, el asistente 5 reconoce que: “hay compra y venta de *likes*, no sé cómo funciona, pero hecho cuando... cuando estás en *Facebook* te ofrecen como si pagas cierta cantidad te garantizan ciertos números de *likes* y a mí me ha pasado que yo gente que conozco veo como que ten un *like* en alguna cosa como... por qué así. Pero está ahí y demás gente lo ve alrededor puede pensar que en verdad tú lo hiciste eso” (Anexo 12), otro de los medios por los que se puede obtener mayor cantidad de *likes*, es pedir de manera personal a los usuarios el participante 2 comenta: “yo hice un campamento en estas vacaciones y hay un amigo, él tiene 12 años que a toditos los que conoce anda diciendo: “oye ve, dame

like a mi foto de perfil” “oye ve, acólita con un *like* en mi foto de perfil” y es como que: “que onda por qué te importa tanto así y...” (Anexo 12). Al respecto, la entrevistada 3 dice: “Por aceptación, todos quieren sentirse aceptados entonces definitivamente es por eso” (Anexo 11).

En referencia a este tema para el asistente 5 esto quiere decir que: “los que ahora son adolescentes también crecieron viendo que eso es muy presente y es importante, o sea sus papás están todo el tiempo ahí, todo el mundo está todo el tiempo ahí, entonces tal vez se genera esa idea de que es importante estar ahí, hacerse un lugar ahí” (Anexo 12). La participante 3 menciona una contradicción: “a veces hay gente que acepta a personas que no conoce, entonces digamos oh, me gustó tal foto, ya, ten. Pero, que te digo, prefiero tener 40 likes de gente que digamos yo conozco y digamos que yo converso y me importa, que digamos, no se unos 100 de gente que no tengo ni idea” (Anexo 11), es decir, que no siempre importa el número de *likes*, sino también es relevante de quién provenga dicha expresión.

En cuanto a la privacidad, los sujetos refieren que para ellos es evidente cómo la red social vende la información de sus usuarios a empresas, y que no sólo estas son las que aprovechan de aquellos datos, sino que entre usuarios indagan información para obtener cierto beneficio personal, a lo que el participante 4 menciona: “es que ahí pones tus datos, tus fotos, entonces no sabes quién está viendo esas fotos, ya como quiera si ve tu ex o sea si asusta pero... pero en cambio hay personas que tranquilamente pueden estarte buscando hacerte el mal y vos ni cuenta” (Anexo 12). Pese al darse cuenta de que en la red social es fácil acceder a los datos personales de cada usuario, además del sentimiento de vulnerabilidad que esto genera, los participantes mencionan que siguen usando la plataforma y que les resulta difícil poder llevar su vida social sin el uso de la misma.

Muchos de los usuarios se sienten temerosos sobre la publicación y divulgación de sus datos, la participante 2 expresa: “porque no quiero que la gente sepa cómo me siento, ni que estoy... bueno, tal vez en el cine, pero no, nunca pongo, ni nunca puse. Desde que tengo *Facebook*, nunca usé nada de poner cosas personales, no me parece mucho porque todo el mundo luego habla y entonces prefiero usarle solo como ver así cosas, no sé, de gatos (risas), videos de gatos” (Anexo 11). Este tema es algo que llama mucho la atención entre los usuarios, tal como lo explica el participante 4: “yo estaba también viendo eso porque a mí me aparecen bastantes sugerencias y es según lo que tu

hayas dado like, te aparecen otras sugerencias, que como que me imagino que algún algoritmo debe haber en *Facebook* que hace que crea que te va a gustar eso” (Anexo 11). Se expresa también el hecho de que, gracias a la publicidad y el contenido repetitivo, los usuarios se van cansando de *Facebook*: “O sea me dejó de gustar un poco *Facebook* porque ya le vi muy superficial, yo, o sea ya le vi muy... o sea, los mismos chistes, en todas las mismas páginas. Igual te salen sugerencias y en las páginas sugeridas te salen las mismas cosas. A mí ya me pareció aburrido” (Anexo 11) dice la participante 2. Y el entrevistado 4 acota: “pienso igual, que es como que está sobrecargado. A mí me gusta una parte eso porque es como que a veces si te des-estresa por tanta cosa que hay... pero, de ahí, en twitter más que todo, pero poco, casi no” (Anexo 11).

Recapitulando un tema mencionado en las entrevistas previas, la participante 4 dice “Yo creo que lo que diferencia al internet es que, es como que no tiene límites para lo que la gente quiera poner y todo eso. Y ya depende de cada persona si lo ve o no, porque igual se van a dar, si ponen es por algo, no sé, tiene un fin que igual lo van a hacer, pero así se hace más viral. Entonces creo que eso es lo que le gusta a mucha gente del internet, que casi no te pone prohibiciones y tienes la libertad de subir lo que quieras” (Anexo 11). Lo cual demuestra que al ser internet un espacio global, es muy difícil controlarlo, por lo que se puede subir contenido inadecuado y viralizarse fácilmente entre los usuarios. La participante 2 expresa con indignación: “hacen memes de la gente y se burlan. O sea, a mí no me parece chistoso” (Anexo 11), se refirió también a un caso particular que se viralizó en internet “Es un engaño, la gente es chismosa y no sé, ahí se ve... Ahí se ve, en la red social se vio, porque ¿qué fue? Que ella le engañó ¿No cierto?, y le encontró afuera del motel y es algo bien denso, y es algo que todo el mundo habla del engaño. Entonces es algo tan personal y tan fuerte... la gente ahora se burla de todo, cómo no se van a burlar de eso” (Anexo 11).

Capítulo 4: Análisis de resultados frente a los conceptos teóricos investigados

A partir de los temas seleccionados de las entrevistas individuales y grupos focales, se procede a plasmar el análisis de discurso en relación a los conceptos fundamentales de la teoría psicoanalítica mencionados en el primer capítulo de la presente disertación. Es fundamental mencionar que para dicho análisis se ha respetado la particularidad de cada sujeto, así como los sentimientos y emociones expresados a lo largo de las entrevistas. Ya que:

la ética del sujeto en el psicoanálisis se refiere al deseo y a lo real del goce, en relación a una verdad que no es universal sino específica para cada uno: el sujeto sólo puede decirlo a medias (“mi-dire”) porque ella es “no toda significativa (Hopen, 2018, pág. 20). Por lo tanto, se ha trabajado con la realidad que cada sujeto ha puesto en palabras.

A continuación, se explicarán los conceptos teóricos del psicoanálisis en relación a las redes sociales. Se agruparon las temáticas más importantes a partir de la información obtenida de los grupos focales y entrevistas, la cual fue sistematizada en distintos acápite (Anexo 13).

4.1. Facebook, un medio de comunicación inmediata y su relación con los otros

El primer punto a tomar en cuenta es el motivo por el que cada sujeto ha decidido crearse una cuenta en *Facebook* y permanecer en ésta como usuario activo, pues en el decir del sujeto es evidente que la relación que tiene con el otro es de carácter primordial y necesario; por ello, a su manera y estilo cada uno refiere que la razón principal “fue por seguir al grupo más que nada, no fue porque quise yo, sino porque todos tenían” (Anexo 9), por su parte el participante 3 menciona: “más creo por las relaciones sociales, porque todo mundo iniciaba a hablar de *Facebook*, y es como ahorita si no tienes *Facebook* eres un ser antisocial, antes era como si no tienes *Facebook* no eras antisocial pero no estabas *IN* y te dejás llevar” (Anexo 3), en el código N°3 de la tabla se podrá verificar otras respuestas dadas por los entrevistados.

Facebook logra posicionarse como una herramienta de la comunicación porque el deseo de romper las barreras de la distancia y del tiempo ha permitido que la noción y

la práctica de la comunicación se transforme a un acto inmediato, ya que el eliminar el tiempo de espera de una respuesta, sumado al poder conversar en tiempo real con una persona que se encuentra al otro lado del mundo hace que el abrir una cuenta resulte sumamente seductor. Al respecto la entrevistada 10 menciona: “fue porque la esposa de mi papá me había hablado de la red y ella vivía acá en Quito y yo vivía en Loja en ese entonces” (Anexo 10). Sin embargo, para el que inicia su actividad en alguna de estas redes, puede resultar abrumador porque implica que también esté totalmente disponible para el otro.

Así como el “acortar distancias” (Anexo 10) es una de las cosas por las que los usuarios prefieren *facebook*, el entretenimiento y la comunicación aparecen como motivos principales para su uso. Se realizaron comentarios explícitos sobre la función a la que destinan *Facebook*, los cuales se irán explicando poco a poco. Comenzando por el tema del tiempo y el espacio, podemos hablar sobre la inmediatez en la comunicación. En lo virtual, el tiempo se desarrolla de una manera completamente distinto, no todos lo viven de la misma manera, es relativo, los límites son difusos y los usuarios rara vez pueden dar cuenta de él. Por ejemplo, el sujeto 9 expresa que la transferencia de archivos y documentos académicos se puede realizar en cuestión de segundos, algo que en el pasado hubiese sido completamente diferente.

La interacción entre los usuarios se realiza también de una manera distinta, es más amplia (anexo 4); aun así, algunos de los entrevistados mencionaron su preferencia por tener conversaciones con la persona directamente y no por medio de los servomecanismos. “Hay veces que no basta solo con *whatsapp*” (Anexo 9). “soy de las personas que prefiere interactuar cara a cara” (Anexo 12). Es notable la búsqueda del sujeto por permanecer en contacto directo con el otro, el sujeto que se inscribe en un sistema social, necesita de la presencia física de un Otro que, por medio del lenguaje, reconozca su existencia, o ex-sistencia como explica Lacan en su intento por expresar la idea de que el núcleo de nuestro ser es también radicalmente Otro, un extraño, externo (Evans, 1997, pàg. 86).

4.2. La relación del sujeto con el objeto, una posibilidad de “llenar” la falta

En el primer capítulo en el acápite sobre el “goce” se menciona la relación que tiene con la Cosa y el objeto a, es importante hacer un retorno y mencionar que “desde que se produce el primer acceso a lo simbólico, la primera intrusión del símbolo en la vida, la Cosa queda obliterada” (Braunstein N. , 2013, pág. 81), siento estructuralmente inaccesible. Es por esta acción y por la vía del deseo que la actividad pulsional contornea permanentemente al objeto a, pero nunca lo alcanza, no se satisface, abriendo paso a la repetición y a la búsqueda de otro objeto a que como semblante intente llenar ese agujero producto de la operación del significante Nombre del Padre.

Al respecto Braunstein en su libro: “El inconsciente, la técnica y el discurso capitalista”, advierte sobre los servomecanismos que son “objetos técnicos que nos sirven para conducir nuestras vidas en la medida en que obedezcamos a su programación” (Braunstein N. , 2013, págs. 21-22); es decir el reloj, el celular o las redes sociales virtuales son instrumentos del goce ya que implican una servidumbre voluntaria por parte del sujeto usuario, en referencia a *Facebook*, es notorio el hecho de que los participantes mencionan que no pueden dejar de ver la plataforma, siempre está ahí, mejor aún en el tiempo libre de cada uno. Además para el autor el internet es un dispositivo en el que se encuentra la totalidad del saber ya sea en acto o en potencia, como por ejemplo: información personal, coordenadas temporales y espaciales, siendo así un gigantesco servomecanismo (Braunstein N. , 2013). En otras palabras, la web es un

dispositivo si se la toma como conjunto que ensambla y gobierna el saber humano dentro de las estrategias de poder, servomecanismos si se la considera como un objeto o instrumento que sirve a sus usuarios pero a la vez los hace siervos de sus procedimientos y limitaciones (Braunstein N. , 2013, págs. 28-29).

Esta idea de poder obtener información precisa de otros usuarios de manera fácil, inmediata y actualizada resulta atractiva para los entrevistados, mencionándola como una de las principales razones para puntear a *Facebook* entre las aplicaciones más populares y utilizadas en estos tiempos: “Yo creo que esa es la clave, lo que hizo a *Facebook* grande, es eso...lo que hizo que *Facebook* sea tan adictivo. Y que puedes estar bien informado de lo que hace cada persona” (Anexo 6), es así como podemos

entender que “el objeto a, ofrecido como plus de goce, es la medida del goce faltante, por ser manifestación de la falta en ser, es causa del deseo” (Braunstein N. , 2013, pág. 59), es deseo de repetir una y otra vez el acto de deslizar el dedo hacia arriba, en la búsqueda de algo que ni el sujeto sabe que busca.

4.3. El uso de redes sociales, un modo de goce en el que se evidencia la compulsión a la repetición

Con respecto a la servidumbre voluntaria a la que los usuarios se someten, tema abordado en el acápite anterior, los entrevistados también hablan sobre su experiencia haciendo una distinción en cómo fue hace algún tiempo y cómo es ahora que la red social ha innovado, ofreciendo nuevas herramientas para que los usuarios generen mayor interés hacia su uso, hecho que se evidencia en la cita a continuación: “no había algo interesante que puedas ver, cómo que veías las fotos una vez y no todas las personas te suben historias todo el tiempo, antes no había las historias que sigues o los memes que ves a cada rato, videos, entonces han puesto bastantes cosas en Facebook que ahora te hacen que actualizar noticias sea interesante, porque ves nuevas cosas, nuevas cosas, nuevas cosas” (Anexo 9). Y es que con la entrada de las historias y los memes en la red social, los usuarios han visto una oportunidad para expresar sus pensamientos e ideas en torno a temas sociales, políticas, personales, etc. que pueden o no ser de interés para los demás pero que sí están ahí, en tiempo real, para ser vistos y también para mirar lo que el otro dice o hace; es así que se despertó nuevamente el interés de los usuarios.

Para Hopen (2018) en el artículo “El goce y sus estragos”, menciona que la subjetividad es un sistema social de creencias compartidas, estas no forman parte exclusiva de lo íntimo del sujeto, sino que se crean a partir de rituales que se repiten apoderándose de la subjetividad, viéndose reflejado en los actos y elecciones de cada uno. Uno de estos actos o actividades es el uso de las redes virtuales que han trastocado la subjetividad de cada participante, puesto que como dice Caroz (2018) en el artículo “Modos de goce, el tiempo para elegir”,

los objetos de consumo no se limitan más a convocarnos a gozar, se imponen de manera imperativa y superyoica: ¡goza! Con o sin hacer un clic, una pornografía

generalizada se apodera de nuestra mirada, más allá que lo queramos o no (Caroz, 2018).

Para entender de mejor manera la dinámica existente entre el goce y el objeto a es necesario pensar en el papel fundamental que cumple la pulsión, al respecto Braunstein menciona: “si el goce tiene que ver con la pulsión es en la medida en que la pulsión deja un saldo de insatisfacción que anima a la repetición y que es en esta medida que la pulsión es historizadora, en tanto que insatisface” (Braunstein N. , 2013, pág. 65), es decir la pulsión bordea al objeto a, no se satisface, y es este saldo que deja el movimiento al que se lo llama goce. Por lo tanto los objetos, las cosas de este mundo no son más que pantallas, que son promesas ofrecidas al sujeto a modo de gratificación imaginaria, como en este caso viene a ser el *Facebook*.

Es entonces que:

el goce rechazado vuelve por sus fueros, insiste. Es el fundamento de la compulsión a la repetición. Lo perdido no es lo olvidado más aún, es el fundamento mismo de la memoria, de una memoria inconsciente que está más allá de la erosión, de un anhelo infinito de recuperación que se manifiesta en otro discurso, el del inconsciente (Braunstein N. , 2013, pág. 60)

Por lo tanto como Braunstein mismo lo menciona “la historia de cada uno es el resultado de los modos de fallar los encuentros con el goce y de volver a lanzarse tras él” (Braunstein N. , 2013, pág. 84).

Sin duda el goce no es equivalente al placer, pero los objetos de consumo y el marketing actual pueden hacer parecer al sujeto que el goce sea fácilmente tolerable, pero, “cuando su insistencia lo confronta a una extrañeza de la cual no está en posibilidades de elaborar: es entonces que surge la angustia” (Thibierge, 2018, pág. 9). Esto se demuestra cuando los entrevistados mencionan que han cerrado su cuenta o borrado alguna publicación en el momento en que el actuar del otro llega causando sorpresa, extrañeza y en su devenir angustia, a lo que la entrevistada 10 menciona: “hubo una cuenta que la cerré porque tenía como que amigos que no conocía y ya comenzó como que esta red a invadir mucho mi espacio y me escribían personas que no conocía y ya me comencé como que a asustar y cerré totalmente esa cuenta, o sea olvidé totalmente esa cuenta y creé otra ya con personas que solo yo conocía” (Anexo 10), sin

embargo pese al malestar que esta experiencia le generó, sigue siendo usuario activo de *Facebook*.

En relación a esto el entrevistado 9 menciona que usar *Facebook* se ha vuelto una necesidad, hecho que se ve reflejado cuando el participante menciona: “es que casi todo el tiempo estoy conectado, pero, aunque no esté viendo las cosas, o sea, tengo una pestaña abierta, entonces es como que estuviera conectado” (Anexo 9), otro de los entrevistados refiere que usar la red social “se vuelve necesario, ya ni siquiera como un complemento o una herramienta, es algo ya cotidiano y con lo que se tiene que vivir todo el día y todos los días, no es algo con lo que puedas decir que no, o que puedas evitar” (Anexo 7), con esto podemos ver que aquello que no lo pueden explicar le otorgan un estatuto de necesario, y de esta manera es tolerable, es permitido porque es “necesario” tener una cuenta activa en la red social.

4.3. Redes sociales, el espacio en donde todo está permitido

Facebook, ha esparcido la línea que limitaba lo público y lo privado, ya que hoy en día es posible mirar cualquier tipo de contenido, sin que exista algún filtro o censura, todos los participantes en algún momento de las entrevistas corroboran la existencia de publicaciones con contenido inapropiado, además de los efectos que ha tenido en ellos, o en personas cercanas. Entre los ejemplos que se pueden citar, se encuentra el entrevistado 9 cuando menciona que hay perfiles con contenido en el que “muestran asesinatos, robos, cosas como humor negro, pero ya al extremo” (Anexo 9) o el participante 6 que indica que una prima de él que gusta de este tipo de contenido también llamado “gore”: “por ejemplo las cosas que publica, o cosas así, son de cosas de pandillas o de satanismo, o sea le gusta el “gore”” (Anexo 6).

Haciendo referencia a lo que dicen los entrevistados, es importante cuestionar el ¿por qué hay quienes se divierten o disfrutan de este tipo de publicaciones? Al respecto, existen indicios de que la metáfora paterna no está operando de la misma manera que en la vida cotidiana, ya que en las redes todo es más libre, todo es permitido, por lo tanto, la ley no se cumple o no se cumple de la misma manera en el usuario virtual.

Además, en varias ocasiones los entrevistados al preguntarles respecto al por qué pese a que muchos no les gustan las redes sociales no pueden poner en palabras

específicamente lo que ocurre y sienten con ellos. Es que lo que se sabe del goce es que el sujeto no pueden dar cuenta de él, es decir lo desconoce, siendo consecuencia de la castración porque “hace posible que se constituya la imagen del cuerpo tal como la evocamos, como forma unitaria y virtual donde se proyecta y se desconoce lo real múltiple, fragmentado y parasitario del goce” (Thibierge, 2018, pág. 12).

4.4. El like como representante del objeto mirada

El poeta Miguel Hernández (2005) dijo: “Mis ojos, sin tus ojos, no son ojos”. Acertó al referirse a aquella mirada que afirma la presencia del sujeto desde la posición escópica y percibe como persona a quien en algún momento fue un objeto. Sartre, por otra parte, habla sobre la mirada ajena por medio del concepto de distancia, dice que la mirada del otro desenvuelve sus propias distancias, por lo que el sujeto experimenta la presencia sin distancia del prójimo (Sánchez, 2011). Es decir, la mirada del prójimo reordena la propia presencia en el mundo, demostrando que el sujeto no está solo, sino que es mirado, que puede ser descubierto por otro.

Como hemos visto, el sujeto afirma su existencia gracias a la mirada del otro; el otro virtual es quien se encuentra a cargo de hacer notar su “mirada” o su presencia en la red, lo cual se realiza por medio del *like*. Varios participantes mencionan que el uso de este ícono resulta diversamente interpretable, ya que no mide el sarcasmo o el chiste por parte del emisor, por lo que tiene diversas significaciones que dependen de cada uno de los usuarios; entre ellas se encuentran las que se mencionaron en el grupo focal N° 2, como el hecho que representa un pretexto para hablar con alguien más, que se relaciona directamente con el nivel de popularidad que tiene esa persona o que “hay veces que el like sirve como apoyo o como atención a los demás” (Anexo 12), además está enlazado a cómo vemos que el otro reacciona cuando recibe un *like* como por ejemplo que “hay diferentes maneras en las que la gente se lo toma o sea. He visto gente a la que le dan un like y dice: “wow ya le gusto a esta man” (Anexo 9). Se puede decir que actualmente,

la distancia es cada vez más grande entre los mensajes enviados y la represión del destinatario. Además, es precisamente la consideración de esa represión que permite a un mensaje ser interpretable o simbolizable. De lo contrario, no puede

ser recibido sino directamente, es decir inmediatamente como conminatorio, incluso traumático (Thibierge, 2018, pág. 15).

4.5. La fotografía, video o transmisión, como expresiones del narcisismo

En la entrevista 2, se obtuvo valiosa información sobre las motivaciones del ego que subyacen en la publicación de videos, *selfies*, fotografías o transmisiones en vivo. Hoy por hoy, es muy común observar en redes sociales por medio del contenido multimedia, lo que cada usuario se encuentra realizando en tiempo real y se sabe a quién pertenece el “perfil” por su fotografía. Teniendo en cuenta que hasta el 2018, *Facebook* tuvo 2.196 millones de usuarios activos en un mes (Fincher, 2010), existen en la red ese mismo número de fotografías de personas que esperan ser vistas.

Imaginemos que el usuario que inicia en la virtualidad es un niño pequeño cuya psique no ha sido estructurada, permanecería en una satisfacción auto erógena parcial hasta que logre entender el mundo; al verse inmerso en una red social virtual (de igual manera que en la realidad), necesitaría de un Otro que le permita comprender que no está solo, sino que hay otros usuarios que lo miran. De este modo el usuario podrá entender que existe dentro de un sistema o red social, y se rige a las reglas implícitas de su funcionamiento. La libido que se extrae de este mundo virtual ajeno al usuario, conforma el narcisismo (Nasio, 2016).

Aplicándolo a la interacción en redes sociales, se puede creer que el narcisismo se demuestra en los diversos modos de expresar el *self*. Por ejemplo, muchos de los usuarios creen que mientras más *likes* tenga una fotografía, más popular o bella es una persona (Anexo 12), lo cual nos da indicios de que, la imagen representa al yo en la virtualidad, y como ya vimos, los *likes* representan la mirada del otro, entonces, el narcisismo se desarrollaría en función de la libido que existe en los usuarios que están detrás de estos *likes*. Desde este punto sería completamente entendible la necesidad de publicar contenido multimedia en el que se demuestre el “yo”, es decir, imágenes en el que el usuario aparezca.

4.6. La primacía de lo imaginario en relación a lo virtual

Es claro que lo virtual no es otra cosa más que puro imaginario, no es un lugar físico ni tangible. Gracias al lenguaje de programación y el desarrollo de software, podemos entender en qué consiste y cómo utilizarlo de una manera fácil y al alcance de todos; y, como todo imaginario, efectivamente tiene consecuencias en lo real.

En la presente investigación, hemos descubierto que, a raíz de la popularidad de las redes sociales, los usuarios generan sentimientos en función de la interacción con los otros usuarios. Por ejemplo, ya que un *like* es completamente interpretable, el sujeto que lo recibe se siente afectado por esta acción: puede sentirse atacado o puede sentirse apoyado, esto dependerá del contenido, pero, aun así, existe una energía libidinal que se moviliza en torno a estas funciones virtuales, y generan sentimientos reales.

4.7. El meme, una forma de representar el chiste como expresión de lo inconsciente

El presente tema a pesar de que no fue considerado al momento de elaborar el marco teórico, es en el transcurso de las entrevistas que varios de los participantes mencionan la importancia que tiene el *meme* dentro de su comunicación cotidiana dentro de la *social media* con otros usuarios. Ya que el *meme* al igual que el chiste, permite aliviar el peso de hablar sobre ciertas problemáticas actuales que se dan a nivel social o político, convirtiéndose así en una vía por la cual el sujeto expresa sus ideas, pensamientos o sentimientos valiéndose de imágenes o frases cortas por las que puede percibir la aprobación o el mismo sentir de los otros, es por esto que se ha considerado importante hacerlo parte del presente capítulo.

El *meme* hoy en día, surge como un contenido multimedia que se puede encontrar fácilmente en las redes sociales. Se ha vuelto una forma de intercambio cultural, generalmente humorístico, que representa ciertas situaciones y se puede llegar a viralizar rápidamente. El vocablo *meme*, surge de una palabra griega *mimema*, o algo que es imitado, del cual se deriva *mimos*, el bufón que actuaba en público, mayormente personificando a figuras públicas y haciendo reír a quien lo vea (Bosleman, 2018). Por lo tanto, podemos deducir que el *meme*, busca entre los usuarios develar el chiste, por medio de imágenes o videos, y así liberar lo reprimido (Freud, 1989).

Freud, en “El chiste y su relación con lo inconsciente” (1989) se refiere al chiste como una de las más precisas representaciones del levantamiento de la represión

(Chemama, 2010, pàg. 125). El chiste, es dicho por un sujeto que no tiene la necesidad de mantener la represión, y es escuchado por Otro que lo recibe como una posible identificación con el contenido inconsciente y será liberado a través de la risa.

En la presente investigación, es pertinente realizar la distinción entre el goce y el placer. Lacan expresa al respecto lo siguiente:

¿Qué se nos dice del placer? Que es la menor excitación, lo que hace desaparecer la tensión, la atempera más, por lo tanto, aquello que nos detiene necesariamente en un punto de alejamiento, de distancia muy respetuosa del goce. Pues lo que yo llamo goce, en el sentido que en el cuerpo se experimenta, es siempre del orden de la tensión, del forzamiento, del gasto, incluso de la hazaña. Incontestablemente hay goce en el nivel donde comienza a aparecer el dolor, y sabemos que es sólo a ese nivel del dolor que puede experimentarse toda una dimensión del organismo que de otro modo aparece velada (...) Este cuerpo no se caracteriza simplemente por la dimensión de la extensión: un cuerpo es algo que está hecho para gozar, gozar de sí mismo (Lacan, 1966, pág. 17).

En psicoanàlisis, el goce no se trata de placer, ya que el placer es una barrera al goce. Braunstein (2013. Pág. 31) expresa que el goce se descifra en la risa que está más allá del sentido, en el sinsentido, donde se lo goza, al sentido, donde su existencia es ya de placer. Entonces, no es ilógico creer que el ser humano podría proponer mecanismos de defensa frente al displacer.

En la metapsicología de Freud, se considera que “la ganancia de placer humorístico proviene el ahorro de energía psíquica que se “gastaría” a través de otro afecto displacentero.” (Szabó, 2019). Frente a una situación que podría generar una serie de sentimientos repentinos, como el miedo o la furia, se puede dar lugar la risa, debido a que es una manera de proteger a la psique de tener que enfrentar una realidad en la que el otro (que luego surgirá como Otro), podría no reírse y demostrar que la broma no fue eficaz. En este último escenario, el sujeto sufriría una pérdida energética (Freud, 1989).

Se ha evidenciado en esta disertación que, los sujetos investigados se encuentran en el orden de lo social, y de lo imaginario al permanecer en una red social virtual, lo cual plantea un cuestionamiento: ¿El *meme*, está cumpliendo la función del chiste de modo simbólico en un mundo imaginario? Quizá, solamente se intenta encontrar modos

contemporáneos para liberar la represión y dar cuenta de la existencia del inconsciente aún en aquel sujeto que permanece en un espacio virtual, y que, de vez en cuando, algo de sí se escapa en las publicaciones.

Conclusiones

En relación a la disertación planteada, resultaría muy pretencioso concluir apresuradamente en torno a lo investigado, sin embargo, se pueden mencionar varios puntos de reconocimiento que atraviesan tanto a los conceptos psicoanalíticos, como a los discursos de cada participante. Las entrevistas realizadas nos han permitido obtener referencias sobre las creencias, gustos, disgustos y miedos que los participantes han conseguido reconocer en su relación con Facebook.

Entre las razones de “enganche”, o como Braunstein menciona, servidumbre voluntaria, se puede decir que *Facebook* es uno de los primeros medios que permitió la comunicación de forma inmediata ya que logró traspasar la barrera tiempo–espacio, permitiendo que miles de personas alrededor del mundo puedan interactuar en tiempo real, esto ha generado en los usuarios grandes dificultades para "desconectarse" ya que para estar dentro de la lógica de la red hay que estar disponible para el otro sin importar el cambio horario, las ocupaciones o la vida misma, ya que lo que prima es la inmediatez y esa incitadora promesa de llenar la falta que el neurótico tanto anhela, porque gracias a este medio el mundo está al “alcance de tu mano”.

Además, las grandes industrias tecnológicas al desarrollar sus objetos de consumo con la intención de “facilitar” la vida de las personas, han generado en el sujeto la idea de que realmente necesita de estos productos o aplicaciones, porque la sociedad ahora se encuentra avanzando a un mismo compás y dirección, y el desconectarse o desactualizarse de esta marcha implica un alto grado de exclusión, lo que provoca que al no estar en sintonía con el otro este sujeto excluido es enfrentado inevitablemente a su propia falta, generando un monto de angustia en él.

Si bien es cierto los objetos de consumo convocan al ser hablante a gozar, pero al verse en soledad frente a la pantalla del ordenador se ha generado un deseo de búsqueda, con el fin de encontrar dentro de la plataforma alguien que tenga ideas similares, alguien que piense como yo, alguien que me entienda, es decir, una manera de

hacer lazo a partir de un modo de gozar, en un intento de dejar de lado la particularidad de cada sujeto, abriendo paso a las comunidades de goce, grupos que comparten un estilo de vivir, pensar o actuar en común, convirtiéndose en nuevos modos de organización social.

En la conversación con los sujetos entrevistados, muchos de los usuarios no encontraban las palabras adecuadas para referirse a su relación personal con las redes sociales; no habían tomado consciencia del tiempo que gastan o el uso que se le da al internet, es “algo” que no se puede expresar en palabras, por lo tanto, el análisis determina una expresión del goce. Este “algo” tiene un efecto importante en el cuerpo y en la castración como límite para el goce: Thibierge (2018) explica que el lenguaje es el vínculo entre el inconsciente y el cuerpo, por lo tanto, indica hasta donde se está permitido gozar. El universo simbólico se ordena para dar lugar a lo imaginario, desde donde el cuerpo se hará presente para el sujeto, es decir, ya que el lenguaje tiene aspectos simbólicos e imaginarios, existe la probabilidad de que el discurso del Otro se distorsione y el cuerpo se perciba de una manera distinta a la realidad.

Otro de los temas que se indagaron en la investigación, fue sobre la motivación para realizar publicación de contenido. Las personas entrevistadas mencionaron que muchos de sus conocidos y “amigos de *Facebook*” subían fotografías, videos, y realizaban publicaciones similares con el fin de obtener la mayor cantidad de *likes* posible. Alguno de ellos, incluso mencionó al ego como incitación para realizar esto, lo cual nos hace pensar que el narcisismo surge incluso en esta realidad virtual para estructurar, determinando ciertos rasgos que el sujeto abstraerá de su aprendizaje dentro del universo cibernético y los adoptará como parte de sí mismo. Este fenómeno es observable en la interacción actual de los usuarios frente a los “memes”, una variable del chiste que, como sabemos, se muestra como expresión del inconsciente. Este tipo de contenido, se ha vuelto popular en redes sociales donde al igual que en la vida cotidiana, se puede compartir con conocidos con el fin de causar gracia, excepto que, en *Facebook*, el alcance es muchísimo mayor, por lo tanto, existe mayor validación para el sujeto que lo comparte.

El *like* cumple una función estructurante similar al imitar al Otro que aprueba o desaprueba una parte de la identidad del Yo, misma que se expresa en cada publicación realizada por el usuario. El *like* pertenece a quien está observando desde un panóptico virtual, pertenece a un otro que puede o no estar en la realidad o en la temporalidad, y

aun así interfiere con la percepción del mundo virtual para el usuario. El ícono *like* puede anular o validar a un sujeto, puede denotar aprobación, y desde hace poco, incluso puede expresar una reacción específica de alegría, enojo, tristeza o encanto. He ahí el porqué de la búsqueda de este famoso pulgar hacia arriba. Entonces, es evidente para las investigadoras, que la subjetividad se modifica en función a esta apreciación del mundo para el sujeto que se encuentra inmerso en la virtualidad, la misma que no se puede generalizar, sino que destaca por su particularidad.

Es importante recalcar, que las redes sociales se han convertido en un medio en el que todo está permitido; el significado del nombre del padre no introyectado, genera límites difusos en cuanto a las leyes. Los políticos hacen falsas promesas, los sujetos se engañan a sí mismos y engañan a otros sosteniendo la falsa afirmación de que: “todos estamos bien”, “la vida es perfecta para cada uno de nosotros” y por eso la mostramos, acarreado la supresión del malestar y el síntoma en este medio. Al respecto Hopen menciona:

“vemos surgir un “mundo feliz”, conformista y cínico, que goza del consumo de fármacos y de todo tipo de objetos tecnológicos, en el que se reprime el disenso y se desalienta la participación apasionada en nombre de una falsa armonía, más determinada por el *new age* que por la política (Hopen, 2018, págs. 27-28)

Es así, como con el pasar de los años, la plataforma se ha convertido en un espacio en el que las personas son libres de compartir lo que deseen sin temor a represalias legales. Pese a los intentos de sus directores por controlar la actividad de los 2.200 millones de usuarios en la red, cada día es más evidente que en la actualidad es ese lugar en el que puedes hacer, decir, publicar y ver lo que quieras, invadir la privacidad de otros, o incluso acceder a información que se sale de los límites permitidos por las mismas páginas con seguridad HTTPS. Por lo tanto, no hay ley, ni quien la haga operar. Al parecer son tantas noticias e historias que salen a la luz por un intento de obtener la atención del Otro, que la actividad en la plataforma se está saliendo de control y esto a la gente le gusta, goza.

A fin de cuentas, “nada es más humano que la aspiración a entregar la libertad a cualquier “sujeto supuesto a saber”” (Braunstein N. , 2013, pág. 21).

Recomendaciones

- Se recomienda planear las entrevistas y grupos focales en función de criterios de inclusión y exclusión adicionales, por ejemplo, agruparlos por profesión, por edad o por género, analizándolos por separado. De este modo, las variables podrían arrojar resultados sobre si pertenecer a un grupo en específico influye en la manera de percibir y relacionarse por medios virtuales.
- Sería interesante si se graba en video a los participantes, para recopilar datos sobre los gestos o movimientos corporales que realizan mientras participan en la entrevista.
- Resultaría interesante diferenciar el grado de influencia que las carreras universitarias y actividades cotidianas tienen al momento de pertenecer a un grupo virtual específico que sostenga y regularice las decisiones y actitudes de sus miembros.
- Un aporte significativo que podría resultar de extender esta investigación, sería la ampliación del concepto psicoanalítico de “el goce”, direccionando los cuestionamientos hacia la sociedad virtual, la expresión grupal y de colectivos en redes sociales, y no solamente evaluar al sujeto en su experiencia aislada. Se podría abordar este tema desde la misma sociología y la informática en un nivel más globalizado, además del psicoanálisis.
- Es prudente recopilar más información que pueda ser desarrollada desde los conceptos de “represión”, cuando actúa en el “narcisismo” y cómo afecta al “ideal del yo”, y así, describir su relación respecto de las redes sociales virtuales.

Bibliografía

- The Guardian*. (23 de marzo de 2018). Obtenido de <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/mar/23/leaked-cambridge-analyticas-blueprint-for-trump-victory>
- ASALE, A. (2014). *Diccionario de la lengua Española*. Madrid: RAE.
- Bosleman, D. S. (24 de noviembre de 2018). *Diario El Comercio*. Obtenido de Memes: ¿qué son y cuál es su origen?: <https://elcomercio.pe/tecnologia/ciencias/memes-son-origen-noticia-580688>
- Braunstein, N. (1985). *Psiquiatría, teoría del sujeto, psicoanálisis (hacia Lacan)*. México: Siglo XXI.
- Braunstein, N. (2013). *El goce. Un concepto lacaniano*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Braunstein, N. (2013). *El inconsciente, la técnica y el discurso capitalista*. México: Siglo XXI.
- Brugger, W. (2000). *Diccionario de Filosofía*. Barcelona: Herder .
- Cagiga, I. (2017). *Deep Web: acceso, seguridad y análisis de*. Cantabria.
- Caroz, G. (2018). *Virtualia N°35*. Obtenido de Modos de goce, el tiempo para elegir: www.revistavirtualia.com/articulos/802/estudios-puntuaciones/modos-de-goce-el-tiempo-para-elegir
- Castells, M. (1997). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. *La sociedad red*. Alianza Editorial. Madrid, 506.
- Castro Sánchez, J., & Gutiérrez Ascanio, C. (2016). *Métodos y técnicas de Investigación Social*. España: Universidad De Las Palmas De Gran Canaria.
- Chemama, R., & Vandermersch, B. (2010). *Diccionario del Psicoanálisis*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Chemama, R., & Vandermersch, B. (2010). *Diccionario del Psicoanálisis*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Chica Cañas, F. A. (2009). *La concepción de la entidad virtual desde la perspectiva de la inteligencia*. Bogotá: Universidad de San Buenaventura.
- Ciudadano, D. E. (15 de octubre de 2016). Facebook: Mark Zuckerberg explicó por qué no agregó el "No me gusta". *Diario El Ciudadano*.
- De Neuter, P. (1992). Funciones Paternas y nacimientos del sujeto . En G. Naranjo, *Trayectoria. 20 años de transferencia de trabajo con la Asociación Lacaniana Internacional* (págs. 103- 123). Cuenca: Rayuela.

- Deitel , H., & Deitel, P. (2007). *Como Programar en C/C++*. México: Pearson.
- Descartes, R. (2007). *El discurso del método*. Valladolid: Editorial Maxstor.
- Dor, J. (1989). *El padre y su función en psicoanálisis*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Esposito, E. (1995). *Ilusion und Virtualität*. Frankfurt: Campus.
- Evans, D. (1997). *Diccionario introductorio de psicoanálisis lacaniano*. Buenos Aires: Paidós.
- Evans, D. (1997). *Diccionario Introductorio de Psicoanálisis Lacaniano*. Buenos Aires: Paidos.
- Facebook. (23 de febrero de 2019). *Facebook*. Obtenido de www.facebook.com
- Fincher, D. (Dirección). (2010). *Social Network* [Película].
- Freud , S. (1906-1908). *El delirio y los sueños en la <Gradiva> de W. Jensen y otras obras*. En *Obras Completas. Tomo IX*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Freud, S. (1910). *Cinco conferencias sobre psicoanálisis. Un recuerdo infantil de Leonardo da Vinci, y otras obras. Tomo XI*. Buenos Aires : Amorrortu.
- Freud, S. (1989). *Obras completas. El chiste y su relación con lo inconsciente. Tomo XIII*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Freud, S. (1992). Introducción al Narcisismo. En S. Freud, *Obras completas. Tomo XIV* (pág. 67). Buenos Aires: Amorrortu.
- Freud, S. (1992). *Obras Completas. Tomo XX*. . Buenos Aires: Amorrortu.
- García Cadena, C. (2009). *Cómo investigar en psicología* . México: Trillas.
- García, J. M. (2002). Virtualidad, realidad, comunidad. Un comentario sociológico sobre la semántica de las nuevas tecnologías digitales. *Universidad de Oviedo Papers*, 81-106.
- Heaton, R. (27 de marzo de 2014). *How does HTTPS actually work?* Obtenido de <https://robertheaton.com/2014/03/27/how-does-https-actually-work/>
- Hernández, L. M., Leyva Arellano , M. E., Félix Arellano, L. F., Cecenas Torrero, P., & Ontiveros Hernández, V. (2014). *Virtualidad, ciberespacio y comunidades virtuales*. México.
- Hernández, M. (2005). Imagen de tu huella. En *El Hombre y su Poesía (Letras Hispanicas)* (pág. 73). Madrid: Cátedra.
- Hopen, C. (2018). El goce y sus estragos. *abc diario N° 9. Del goce y sus estragos*, 18 - 29.
- Jerusalinsky, A. (1995). *Psicoanálisis en problemas del desarrollo infantil*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lacan , J. (2010). *Seminario 20. Aún*. Argentina: Paidós.

- Lacan, J. (2009). El estadio del espejo como formador de la función del yo, tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica. En J. Lacan, *Escritos I* (págs. 99 - 105). México: Siglo XXI.
- Lacan, J. (2010). *El acto analítico*. Argentina: Paidós.
- Lacan, J. (2010). El lugar del psicoanálisis en la medicina. En *Seminario del 16 de Febrero de 1966* (pág. 17). Buenos Aires: Paidós.
- Lacan, J. (2010). *El seminario 11: Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis*. Buenos Aires: Paidós.
- Lacan, J. (2010). La fase del espejo. *Congreso de Marienbad*.
- Lacan, J. (2010). *Seminario 5. Las formaciones del inconsciente*. Buenos Aires: Paidós.
- Lacan, J. (2010). *Seminario de Caracas. Lo simbólico, lo imaginario y lo real*. Buenos Aires: Paidós.
- Lévy, P. (1997). *Cibercultura. Cultura de la sociedad digital*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- Lombardi, G. (10 de septiembre de 2000). *Tres definiciones de lo real en psicoanálisis*. Obtenido de Universidad de Buenos Aires: http://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/obligatorias/114_adultos1/material/archivos/tres_definiciones_de_lo_real.pdf
- Márquez, S. (2007). *La web semántica*. lulu.com.
- Merlino, A., Arroyo Menéndez, M., Baer, A., Beltramino, F., & Otros. (2009). *Investigación Cualitativa En Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Cengage Learning Argentina.
- Milmaniene, J. (1995). *El goce y la ley*. Buenos Aires: Paidós.
- Murugesan, S. (2010). *Handbook of Research on Web 2.0, 3.0, and X.0*. New York: Information Science Reference.
- Nasio, J. D. (2 de marzo de 2016). *La imagen especular del cuerpo: El estadio del espejo*. Obtenido de <http://elenajabif.blogspot.com/2016/03/la-imagen-especular-del-cuerpo-el.html>
- Normol. (20 de diciembre de 2011). *Universidad Politécnica de Valencia*. Obtenido de Museo de informática: <http://histinf.blogspot.upv.es/2011/12/20/redes-sociales/>
- Oracle. (1 de julio de 2017). *Oracle*. Obtenido de Java: <https://docs.oracle.com/javase/tutorial/uiswing/components/button.html#checkbox>
- Ovidio. (2011). *Metamorfosis*. Valencia: No Books.

- Ponce, J. P. (15 de abril de 2018). *Formación Gerencial*. Obtenido de Ecuador: Cifras digitales, perfil de consumidor y ranking Sitios Web:
<http://blog.formaciongerencial.com/ecuador-cifras-digitales-perfil-de-consumidor-y-ranking-sitios-web/>
- Rabinovich, D. (22 de junio de 1995). *Universidad de Buenos Aires. Clase de la Dra. Diana S. Rabinovich*. Obtenido de Lo imaginario, lo simbólico y lo real.:
http://23118.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/informacion_adicional/electivas/francesa1/material/Lo%20simbolico%20lo%20imaginario%20lo%20real.pdf
- Real Academia Española. (2006). *Diccionario esencial de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- Rojas, M., & Soto, B. (2007). El acceso de un bebé al estadio del espejo: Constitución del yo especular y transitivismo. En *Enseñanza e investigación en Psicología* (pág. 204). Méjico.
- Ruiz, F. J. (3 de agosto de 2016). *Dataprius*. Obtenido de Almacenamiento en la Nube. Comprender su funcionamiento.:
<https://blog.dataprius.com/index.php/2016/08/03/almacenamiento-en-la-nube/>
- Sain, G. (2015). Historia de internet . *Pensamiento Penal*, 1-3.
- Sánchez, S. (2011). *Letras lacanianas*. Obtenido de La mirada en Lacan y Sartre:
<http://letraslacanianas.com/index.php/revista-n2-letras-en-la-ciudad/68-la-mirada-en-lacan-y-sartre->
- Santiago, R., Trinaldo, S., Kamijo, M., & Fernández, A. (2015). *Mobile Learning, nuevas realidades en el aula*. Digital text.
- Saxe, E. (1999). *La nueva oligarquía latinoamericana*. Costa Rica: Editorial EUNA.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional de Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/herramientas>
- Serres, M. (1995). *Atlas*. Madrid: Ediciones cátedra.
- Soto, B. (22 de Noviembre de 2005). *La constitución subjetiva en psicoanálisis y su relación con el concepto de desarrollo*. Obtenido de Fort- Da: Revista de psicoanálisis:
<http://www.fort-da.org/fort-da8/soto.htm>
- Stallings, W. (2005). *Sistemas operativos: aspectos internos y principios de diseño (5ª edición)*. . Pearson Prentice Hall.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada* . Colombia: Contus.
- Szabó, D. (24 de Febrero de 2019). Obtenido de Humor y psicoanálisis: Un asunto serio:
<http://www.apuruguay.org/sites/default/files/el-humor-szabo.pdf>

- Thibierge, S. (2018). Sobre algunos aspectos contemporáneos del cuerpo y del goce. *Abc diario* N°9. *Del goce y sus estragos*, 6-17.
- Tonnies, F. (1988). *Comunidad y asociación: El comunismo y el socialismo como formas de vida social*. Berlín: Ediciones Península.
- Tonnies, F. (1988). *Gemeinschaft und Gesellschaft*. Darmstadt: Wissenschaftliche.
- Torres, A. (4 de junio de 2018). *Cuatro círculos*. Obtenido de Conociendo los servidores de Facebook: <https://cuatrocircuitos.com/conociendo-los-servidores-de-facebook/>
- Torres, F. (2009). El concepto de estructura social. *Estructura social y estructura social de España I*.
- Torres, M. (2014). *Clínica de las neurosis*. Buenos Aires: Gramma.
- Torres, M. (2014). *Clínica de las neurosis*. Buenos Aires: Instituto clínico de Buenos Aires.
- Uniradio. (22 de agosto de 2015). La información de internet nunca se borra: Expertos. *Uniradio informa*.
- Wwwhatsnew. (10 de marzo de 2015). *Wwwhats New*. Obtenido de Realidad Aumentada: ¿Cómo funciona? y Usos: <https://www.youtube.com/watch?v=-qb4YkhRO58>
- Yùbal. (17 de abril de 2018). *Qué es la Dark Web, en qué se diferencia de la Deep Web y cómo puedes navegar por ella*. Obtenido de <https://www.xataka.com/basics/que-es-la-dark-web-en-que-se-diferencia-de-la-deep-web-y-como-puedes-navegar-por-ella>
- Zuazo, N. (2015). *Guerras de Internet*. Buenos Aires: Debate.
- Zuckerberg citado en Diario El País. (22 de marzo de 2018). El escándalo por la fuga masiva de datos privados para uso electoral abre la mayor crisis de Facebook. *Diario el País*.

Anexos

➤ Anexo 1

Consentimiento informado



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR Facultad de Psicología

Documento de consentimiento informado para participantes de la entrevista a grupos focales para el proyecto de disertación titulado:

“El sujeto del *like*, el goce en redes sociales”. Estudio psicoanalítico realizado con universitarios entre 18 y 25 años, en Quito, durante el periodo desde diciembre 2016 hasta abril 2017

Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre el uso de las redes sociales: Facebook e Instagram, en la que se realizará entrevistas en grupo para reunir información, esta tendrá una duración de aproximadamente una hora y será grabada en audio.

Los datos personales que usted nos proporcione se guardaran en una base de datos por si se considere necesario realizar una segunda entrevista aclaratoria. Únicamente las investigadoras responsables tendrán acceso a estos, por lo tanto, se guardará el anonimato y confidencialidad de la información que usted proporcione a lo largo de la entrevista.

Su participación en este estudio tiene un riesgo mínimo, en caso de que alguna pregunta le cause incomodidad, usted puede decidir no contestarla.

La entrevista no tiene costo alguno y es totalmente voluntaria. Es decir, no tiene que participar si no lo desea y puede retirarse del proceso en el momento que usted crea pertinente. Siéntase libre de expresar sus opiniones abiertamente, ya que no existen respuestas incorrectas.

Su firma en este documento significa que ha decidido participar después de haber leído y discutido la información presentada en esta hoja de consentimiento y que ha recibido copia de este documento.

Nombre de él o la participante Firma Quito, _____
Fecha

He discutido el contenido de esta hoja de consentimiento con el/la arriba firmante.

Nombre de la investigadora Firma Quito, _____
Fecha

Nombre de la investigadora Firma Quito, _____
Fecha

*Cualquier duda o aclaración consulte con las investigadoras:

María Alicia Abad Vidal

Valery Nattacha Aguirre Bonilla

Telf: 0984901877

Telf: 0939072903

Correo: alicia__abad@hotmail.com

Correo: vaguirre399@hotmail.com

➤ **Anexo 2:**

Formulario para criterios de inclusión y exclusión



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
Facultad de Psicología

El siguiente formulario tiene como objeto permitirnos saber si su experiencia es pertinente a la investigación en curso. Por favor, rellene con sinceridad los siguientes campos:

Nombres y Apellidos			
Sexo	F	M	
Fecha de nacimiento	Día	Mes	Año
Universidad			
Carrera			
Semestre			

¿Tiene acceso a internet?	Si	No
¿Dispone de algún dispositivo portátil con internet?	Si	No
	¿Cuáles?	
¿Es miembro activo de la red social Facebook?	Si	No
¿Es miembro activo de la red social Instagram?	Si	No
¿Administra alguna página de negocios sin tener perfil personal, en alguna de las redes sociales mencionadas?	Si	No
¿Cuál es el promedio de horas diarias que gasta en redes sociales?	1 – 3 horas	4 – 6 horas
	7 – 9 horas	10 o más horas

➤ Anexo 3.

Tabla de códigos:

Tema	Número de código	Nombre	Cuántas veces se repite la misma frase											
			Grupo focal N°1	Grupo focal N°2	Entrevist a 1	Entrevist a 2	Entrevist a 3	Entrevist a 4	Entrevist a 5	Entrevist a 6	Entrevist a 7	Entrevist a 8	Entrevist a 9	Entrevist a 10
Facebook un medio de comunicación inmediata	C6	Facebook tiene usos variados como entretenimiento o comunicación	13	13	1	2	1	2	0	5	3	3	1	2
	C6.1	Las redes sociales te permiten expresar libremente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	C6.2	Las redes sociales permiten la transferencia de documentos y archivos	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
	C20	Se entera primero	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	C26	Se siente más cerca de seres lejanos	1	0	0	2	1	1	0	0	1	0	1	
	C31	Los grupos en redes sociales permiten el paso de información de manera fácil y rápida a varios usuarios.	0	3	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
	C31.1	Los grupos de interés especial juntan personas con los mismos intereses	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	C31.3	Ahora puedes crear varios grupos sobre varios temas y diversas personas	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0
	C32	Las redes sociales afectan la carrera	5	2	0	0	0	3	0	1	0	0	0	1
	C74	Las redes sociales sirven para conocer gente	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	C86	Las interacciones se han modificado con el uso del celular y del internet	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
	C86.1	En las redes sociales hay una interacción más amplia	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0
	C86.2	Las redes sociales potencian la interacción social	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	C97	Le gustan las redes sociales por la opción de publicar historias	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
	C104.2	Los usuarios prefieren una plataforma simple	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

El like como representante del objeto mirada	L16.	Lo que significa "like"	0	28	8	0	3	1	5	1	2	1	2	1
	L16.1.	Lo que significa no tener likes	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L16.2.	El like significado de "like" es subjetivo	0	1	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0
	L23.	Le pone like a todo	0	0	5	0	2	0	0	0	0	0	0	0
	L28.	A lo que le da like	10	3	3	2	2	0	0	1	0	2	0	0
	L44.	A lo que no le da like	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L44.1.	El like te condiciona	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	L45.	La gente compite por likes	1	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0
	L46.	Las reacciones de Facebook son interpretables	10	0	1	0	0	0	1	7	0	1		1
	L46.1.	Hay contenidos para cada reacción	4	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L46.2.	Las reacciones de Facebook limitan las emociones	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L46.3.	Para poner una reacción hay que reflexionar o pensar más	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L46.4.	Hay ocasiones en las que es necesario poner una reacción y no un like	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L46.5.	Las reacciones nos dan la oportunidad de expresarnos más	0	0	0	0	0	0			2	1	0	0
	L46.6.	Pongo reacciones solamente a gente conocida	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0
	L47.	Publica contenido o reacciona "por molestar"	5	1	0	0	4	0	0	0	1	0	0	0
	L48.	Mientras más likes es mejor (hay recompensa)	0	4	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	L48.1.	Le gusta recibir likes	3	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
	L48.2.	Generalmente las mismas personas ponen likes	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L48.3.	Es importante el número de likes	5	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	L48.4.	Dice que en la adolescencia se busca tener más likes	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L49.	Los likes son importantes	0	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L49.1.	Borra sus publicaciones al no tener likes	0	3	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0
	L49.2.	Es importante pensar en que dirán los demás antes de publicar o poner like a algo	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	L49.3.	Los likes tienen consecuencias	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L51.	Revisa o no si le dan like	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L52.	Les han pedido o "robado" likes	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
	L53.	Un like no es tan importante	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	L53.1.	Mientras más madura una persona, menos le importa.	0	0	0	0	0	1	3	3	0	0	0	0
	L54.	Los likes provocan sensaciones negativas	6	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	L67.	Las mujeres tienen más likes que los hombres	0	1	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0
L68.	Los likes son recíprocos	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
L72.	Quita el like o deja de seguir una página porque ya no le gusta el contenido	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
L73.	El like es menos comprometedor que una reacción	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	

La fotografía, video, transmisión como expresiones del narcisismo	N36.2.	Existe una motivación del ego o del yo	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
	N56.	La lógica de las "selfies"	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	N84	Ha publicado un video al estilo "youtuber"		0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
El uso de redes sociales, un modo de Goce	G5.	Lo que piensa de las redes sociales	19	3	0	0	1	1	3	2	1	1	0	1
	G18.	Le confunde dar like	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	G19.	Encuentra variedad en el internet	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	G21.	Utiliza otra red social	3	0	4	3	1	1	0	0	0	0	0	0
	G21.1.	Prefiere utilizar Facebook	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	G25.	Lo que significa publicar contenido personal	7	0	3	0	3	1	1	2		1	0	0
	G25.1.	No le gusta publicar contenido personal	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0
	G27.	Facebook aleja a las personas	2	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
	G29.	Las personas son adictas al uso de redes sociales	0	1	1	0	0	0	1	4	0	0	0	0
	G31.2.	Los grupos son indispensables para la vida diaria	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	G32.1.	La carrera influye en la manera de pensar sobre las redes sociales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	G35.	Guarda un contenido para volver a verlo	4	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0
	G38.	Revisa todo el tiempo Facebook	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
	G57.	Hay personas "trastornadas" por las redes (lo hacen inconscientemente)	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	G61	El celular es lo primero que ve al despertar	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	G62	Se dio cuenta del excesivo uso del celular/ internet, y desea no hacerlo tanto	5	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0
	G63	Se siente mal al no usar el celular o internet	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	G63.1	Al no usar el celular o internet no se enteraba de cosas importantes	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0
G81	Mintió con su edad al crearse Facebook al inicio	0	0	2	0	0	0	2	1	0	0	0	0	
G107	Usar redes sociales implica cierto riesgo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	

La primacía de lo imaginario en relación a lo virtual	I22.	No quiere que la gente sepa sus sentimientos	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
	I30.	Lo que le interesa o no	2	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0
	I36.	Comparte o publica en redes sociales contenido que resulta de su interés	5	5	1	0	0	0	1	0	2	2	0	1
	I36.1.	Razón o motivo por la que comparte o publica	0		0	0	0	3	1	0	2	1	0	0
	I48.5.	Al ser socialmente importante estar redes sociales, los adolescentes deben darse un lugar	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	I64	Facebook lo "sabe" todo de ti	0	1	0	0	1	1	0	3	0	0	0	0
	I66	Le causa sensaciones negativas que todo el mundo vea sus publicaciones	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	I71	Qué significa "salirse" de un grupo	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	I77	Algunas publicaciones influyen en el autoestima de las personas	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	I82.1	Lo que sentiría si un contenido personal se vuelve viral	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	I88.1	Se emociona cuando le responden las personas "famosas"	0	0	0	1	3	0	0	0	0	0	0	0
	I89	Oculto álbumes antiguos	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	I92	Siente emociones con respecto al uso de redes sociales	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1
	I94.1	Su interacción ha variado desde que tiene a su familia como contacto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	Redes sociales, el espacio en donde todo está permitido	P5.1.	Las redes sociales invaden el espacio personal	19	0	0	0	0	1	3	0	0	0	0
P14.1.		Ha visto contenido inapropiado circulando	8	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	
P65		Hay personas que hacen su carrera (trabajan y ganan dinero) gracias a las redes sociales	0	2	2	0	0	0	0	6	0	0	0	0
P78		Las consecuencias dependen del uso que cada uno le dé al Facebook.	4	0	2	0	0	4	2	1	0	0	0	0
P79		El contenido publicado en una red social, nunca se borra.	3	0	0	0	1	0	7	0	0	0	0	0
P80		El internet no tiene límites	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
P85		Hay demasiada información en Facebook	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
P101		Nadie controla a los usuarios de redes sociales	0	0	0	0	0	2	2	2	0	0	0	0
P109		Las redes sociales son un medio que facilita el bullying	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
P110		En redes sociales se puede publicitar o vender productos y bienes	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0

La relación del sujeto con el otro virtual	o3.	Abrió Facebook en un inicio (razón o motivo)	10	6	4	2	0	1	1	1	3	2	2	1
	o8.	Es usuario activo (razón o motivo)	6	1	1	3	0	0	0	0	1	0	4	0
	o9.	Prefiere la interacción cara a cara	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	o17.1.	Basa sus publicaciones por presión de alguien más	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	o24.	Los primeros amigos en Facebook	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	o28.1.	Da like a lo que sus amigos le sugieren	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	o28.2.	Da like cuando quiere que un contenido llegue a más personas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	o28.3.	Se da like a las chicas con poca ropa	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2	0
	o36.3.	El contenido que comparte con alguna persona depende de la persona y qué tipo de contenido es	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	o36.4.	Comparte en una red social y no en otra porque prefiere que solamente ciertos contactos vean sus publicaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
	o39.	Sólo acepta amigos conocidos	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0
	o40.	Tiene amigos en redes sociales con los que no interactúa en el día a día	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	o41.	Tiene como amigos a personas que no conoce	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
	o41.1.	Primero agrega a personas que no conoce y luego las ve en persona	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	o41.2.	Quiere eliminar de su cuenta a las personas que no conoce, pero no lo hace porque toma mucho tiempo y es cansado	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	o42.	Prefiere tener likes de gente que conoce	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	o43.	Borra a sus amigos	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	o50.	Depende del contenido para comentar o no	4	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	o55.	Escoge quién puede ver ciertas publicaciones	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	o70	Silencia un grupo por exceso de publicaciones	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0
	o75	Revisa los likes, visitas o comentarios de otras personas para decidir si dar like en una publicación	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	o96	Mi perfil se actualiza porque las otras personas me publican cosas	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
	o97.1	Subo historias en redes sociales para presumir lo que hago	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	o98	Me gusta que vean lo que estoy haciendo	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	o99	Publica contenido o reacciona por llamar la atención de alguien	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0
	o100	No interactúa con otros usuarios	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	o102	Publico solo porque los demás interactúan conmigo o ven	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0
	o105	Los usuarios "stalkean" a la persona que les gusta	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
	o108	Resulta incómodo saber que otras personas están viéndote	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

El meme, una forma de representar el chiste como expresión del inconsciente	M93	Guardo memes o imágenes que consigo en redes sociales para compartir con mis amigos en privado	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0
	M93.1	Le gustan los memes que hacen relación al humor negro	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0
	M93.2	Los memes hacen que Facebook sea entretenido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Construcción especular por medio de la foto	E37.	Conoce sobre generadores de likes	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	E88	Se identifica con personas de influencia en internet	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
														0
La dificultad de "desconectarse" y su relación al goce	D7.	No fue usuario activo por un tiempo	0	4	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0
	D12.	Ya no es usuario activo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	D103	Todos están conectados	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	D103.1	Es usuario de redes sociales y todo el tiempo se encuentra conectado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
	D104	El diseño de la red social es importante al momento de elegirla o permanecer en ella	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
	D111	Las personas se acostumbran a ser observadas por medio de redes sociales	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
	D112	La publicidad en redes sociales se beneficia del usuario para ganar dinero	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0
El uso de redes sociales una de las posibilidades que intenta llenar la falta en el neurotico	N11.1.	Las redes sociales son muy superficiales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	N14.	Contenido que se ve	19	3	2	2	1	1	3	2	1	0	0	0
	N33.	Utiliza las redes sociales como distracción	5	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	0
	N34.	Lo que significa "compartir"	7	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Lo virtual en contraposición a la actualidad y a la temporalidad	t58.	El tiempo ocupado en redes sociales cambia dependiendo del periodo académico	3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	t60.	Las notificaciones le avisan lo que requiere atención	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Información cuantitativa	I1	Abrió una cuenta en una red social (fecha, tiempo, años)	7	3	1	2	2	2	1	1	1	0	0	0
	I2.	Empezó a utilizar Facebook	4	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0
	I59.	Sabe cuántas horas dedica a las redes sociales	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros códigos	X4.	Empezó por otra red social	3	5	1	0	1	1	1	0	0	0	2	1
	X10.	Qué le gustó	12	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
	X11.	Qué no le gustó	5	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0
	X13.	Facebook no sirve	4	3	0	1	0	0	3	0	0	0	0	0
	X15.	Lo que piensa de otras redes sociales (excepto Facebook e Instagram)	10	0	5	4	3	0	1	1	0	1	0	0
	X76	Existen perfiles falsos	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	X76.1	No le gustaría que hicieran un perfil falso con su nombre	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	X83	Existen plataformas que no tienen acogida	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	X87	Le molesta que las personas usen el celular en reuniones personales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	X90	Ha percibido cambios en los eventos	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0
	X91	La información no siempre tiene fuentes verídicas	0	0	0	0	0	4	0	1	0	0	0	0
	X94	Su interacción en redes sociales ha variado con el pasar del tiempo	0	1	0	0	0	0	0	2	5	0	0	2
	X95	Le da lo mismo compartir o no compartir	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
	X106	Se avergüenza del contenido que publicaba tiempo atrás	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	X113	Tiene una cuenta de Youtube pero no hace videos, solamente los ve	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0